

STANTON CHASE

MILENIJUMCI SE PITAJU



STANTON CHASE

MILENIJUMCI SE PITAJU

MILENIJUMCI SE PITAJU

Autori

Jelisaveta Đurković
Dušan Jovanović
Sara Kovačević
Jovana Lučanin
Maja Manojlović Anđelković
Tijana Mihaljica
Marina Petruševski
Jasmina Stefanović
Miloš Tucaković

Izdavač

Stanton Chase International d.o.o., Beograd

Štampa i povez

New Assist, Beograd

Tiraž i format

500, B5

ISBN 978-86-920451-0-3

Rekli su o milenijumcima...

„Smatram da je milenijumcima kod (budućeg) poslodavca najvažnija mogućnost profesionalnog usavršavanja, raznolikost, kreativnost, pozitivna radna sredina, društveno odgovorna kompanija. Sa odrastanjem prioriteta će im se menjati shodno obavezama sa kojima se susreću u privatnom i poslovnom aspektu života.“

Nataša Sekulić,

*Country Leader for Serbia, Macedonia,
Montenegro and Albania, IBM*

„U sistemu vrednosti Milenijumske generacije percepcija o slobodi odlučivanja, uspešnog balansiranja poslovnog i privatnog života, te mogućnosti usavršavanja visoko su pozicionirane. Kao kompanija u kojoj polovinu zaposlenih čini Milenijumska generacija, Coca-Cola HBC je svoju kulturu prilagodila ovim potrebama. Zahvaljujući politici fleksibilnog radnog vremena i mogućnosti rada van prostorija poslodavca, zaposleni mogu da upravljaju svojim profesionalnim obavezama na odgovaran način, uspešno ih usklađujući sa ličnim potrebama. Poštujući potrebu za konstantnim usavršavanjem, kompanija takođe obezbeđuje niz edukativnih programa koji su namenjeni ubrzanom razvoju karijere mladih i talentovanih ljudi. Milenijumska generacija lično je posvećena unapređenju okruženja u kome živimo što se poklapa sa vrednostima koje Coca-Cola Hellenic gaji, a to je da stvara vrednost za sve sa kojima saraduje, uključujući i lokalne zajednice u kojima posluje.“

Svaka generacija donosi promene. Iako na prvi pogled deluju značajnije ili sa većim efektom na poslovanje, promene koje sa sobom donosi Milenijumska generacija samo su jasnije artikulisane. Ovo zapravo kompanijama, poput Coca-Cola Hellenic, koje žele da grade uspešnu budućnost, omogućava da se pravovremeno pripreme za novo doba i nove poslovne lidere.“

Aleksandar Ružević,

Generalni direktor, Coca-Cola HBC Srbija i Crna Gora

„Ako može da se generalizuje, milenijumci (generacija Y) žele i traže dinamičnost u svakom obliku, i u radu i u životu. Ta dinamičnost je upravo glavni motivacioni faktor za njih, koji u određenim situacijama ima prioritet u odnosu na materijalnu dimenziju ili sigurnost. Dok je dinamičnost u radu neophodna usled značajnog tehnološkog razvoja, dinamičnost na ličnom planu pravi izazove i postavlja pitanje dugoročnih ciljeva ove generacije.“

Boris Milošević,
Partner, KPMG

„Uloga milenijumaca u savremenom društvu je sve značajnija, i to ne samo zahvaljujući njihovoj starosnoj dobi, već i znanjima i kompetencijama. Sve češće čujemo da su oni „deca digitalne ere“, te da su njihova interesovanja i znanja oblikovana ubrzanim tehničko-tehnološkim razvojem. Imajući u vidu rastuću važnost savremenih tehnologija kako u poslovanju, tako i u društvu uopšte, jasno je da su ovi mladi ljudi budući lideri. Ukoliko bih morao da opišem ovu generaciju u samo nekoliko reči, to bi bile: interesovanje i usavršavanje u oblasti novih tehnologija, stalno prisustvo na društvenim mrežama i zavisnost od mobilnih telefona, sposobnost globalnog povezivanja, velika očekivanja od budućnosti i želja za sticanjem novih znanja i konstantnim napredovanjem.“

Zoran Petrović,
Predsednik Izvršnog odbora, Raiffeisen banka i Predsednik
Upravnog odbora Američke privredne komore u Srbiji (AmCham)

„Milenijumska generacija je prva odrastala uz savremene tehnologije. Veoma su samouvereni, žele sve, sada i odmah. Svesni su činjenice da se tržište menja i ulažu mnogo u svoju edukaciju kako bi išli u korak sa promenama. Način i kvalitet komunikacije sa saradnicima im je veoma važan, preferiraju rad u timu smatrajući da kao tim mogu dati mnogo bolje rezultate i tako doneti vrednost kompaniji. Važno je držati ih motivisanima i stalno postavljati pred njih nove poslovne izazove kojima će pomerati granice svojih mogućnosti. Žele kontinuiran feedback o svojim performansama i

u velikoj meri će ceniti benefite kao što je fleksibilno radno vreme ili rad od kuće. Za organizacije je važno da idu u korak sa vremenom, da definišu način na koji mogu zadržati zaposlene koji pripadaju ovoj generaciji jer to vodi ka očuvanju najznačajnijeg resursa za ostvarivanje dugoročnih kompanijskih ciljeva.“

Milan Bukumirović,
Direktor, Finansije i Administracija,
Swarovski i Predsednik Udruženja Finansijskih Direktora Srbije

SADRŽAJ

1. Uvod	9
2. Opšti prikaz	11
2.1. Demografske karakteristike uzorka	11
2.2. Obrazovanje	12
2.3. Trenutni status.....	15
2.4. Karakteristike posla i neophodne veštine	17
2.5. Usavršavanje	24
2.6. Ambicija	26
2.7. Komunikacija	29
2.8. Uzori	30
2.9. Pogled u budućnost	31
3. Relacije	33
3.1. Relacija – Stečeni nivo obrazovanja i rad u struci	33
3.2. Relacija – Rad u struci i mišljenje o primenljivosti znanja stečenog formalnim obrazovanjem	34
3.3. Relacija – Mišljenje o najadekvatnijim načinima za usavršavanje znanja i mišljenje o primenljivosti znanja stečenog formalnim obrazovanjem	36
3.4. Relacija – Izbor između domaće i multinacionalne kompanije i neophodne veštine	38
3.5. Relacija – Izbor između uloge lidera i istraživača/ inovatora i neophodne veštine	39
4. Komparacija	41
4.1. Socio-demografske karakteristike po grupama ispitanika ...	41
4.1.1. Studenti	41
4.1.2. Zaposleni studenti	42
4.1.3. Zaposleni	44
4.1.4. Nezaposleni.....	46
4.2. Uporedni prikaz po grupama ispitanika	47

5. Profil milenijumca.....	61
6. Zaključak.....	65
7. O Stanton Chase-u	69
8. O Centru za razvoj karijere Beogradskog Univerziteta	71
9. Literatura	77
10. Prilog: Upitnik.....	81

1. UVOD

Potruga za talentima, za najboljima na tržištu, podstakla nas je na razmišljanje o generaciji koja dolazi i koja će uskoro postati najbrojniji deo radne populacije – milenijumska generacija, koju neki još nazivaju i generacija Y. Na koji način oni razmišljaju? Šta očekuju od poslodavca? Na koji način žele da se razvijaju? – samo su neka od pitanja na koja su nas odgovori jako zanimali i koji će uticati na to kako ćemo kreirati strategiju kada milenijumci postanu naša ciljna grupa. Takođe, cilj nam je da kompanijama koje posluju na našem tržištu pomognemo i damo ideju kako da privuku, zadrže i razvijaju milenijumce.

Ključna uloga Centra za razvoj karijere i savetovanje studenata Univerziteta u Beogradu je da pomaže studentima u razvoju znanja i sticanju praktičnih veština koje će im omogućiti ulazak u poslovni svet. Kako njihova baza broji hiljade sadašnjih i bivših studenata, i s obzirom na saradnju i sa ostalim Univerzitetima u Srbiji, Centar za razvoj karijere i savetovanje studenata bio je logičan izbor partnera za ovo istraživanje.

Deo uzorka čine i zaposleni, nama veoma značajna kategorija, koje smo kontaktirali kroz našu bazu i uz pomoć renomiranih kompanija koje su pristale da njihovi zaposleni budu deo istraživanja. S obzirom da je odziv bio veliki, shvatili smo značaj i aktuelnost ove teme i spremnost celokupnog tržišta rada za promene koje nova generacija donosi.

Istraživanje je sprovedeno u periodu između februara i juna 2016. godine i u njemu je učestvovalo oko 1.000 ispitanika, pripadnika milenijumske generacije. Za potrebe ovog istraživanja milenijumsku generaciju smo definisali kao osobe rođene između 1986. i 1992. godine. Upitnik je popunjavan *online*, a ispitanici su odgovarali na 26 pitanja koja su se odnosila na njihove stavove i očekivanja kada je u pitanju njihova sadašnja ili buduća karijera.

U daljem tekstu prikazani su rezultati i tumačenja istraživanja, kao i osvrt na međunarodna istraživanja na istu temu. Prikaz rezultata smo podelili u nekoliko poglavlja i u skladu sa tim možete pročitati:

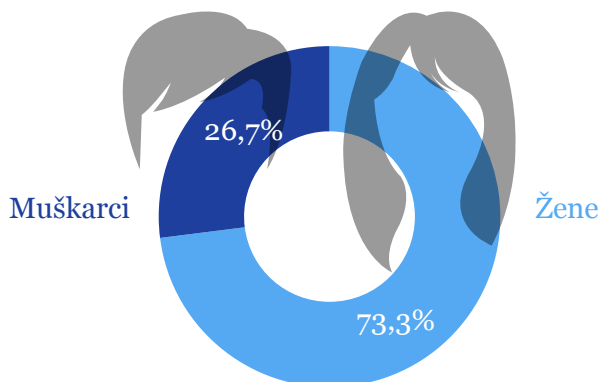
- Opšti prikaz rezultata istraživanja
- Relacije
- Prikaz rezultata po grupama ispitanika
- Profil milenijumca
- Zaključke istraživanja

Nadamo se da će vam čitanje našeg upitnika biti korisno i da će vam pružiti inspiraciju i uvid u kom pravcu da se pozicionirate u odnosu na generaciju koja dolazi.

2. OPŠTI PRIKAZ ISTRAŽIVANJA

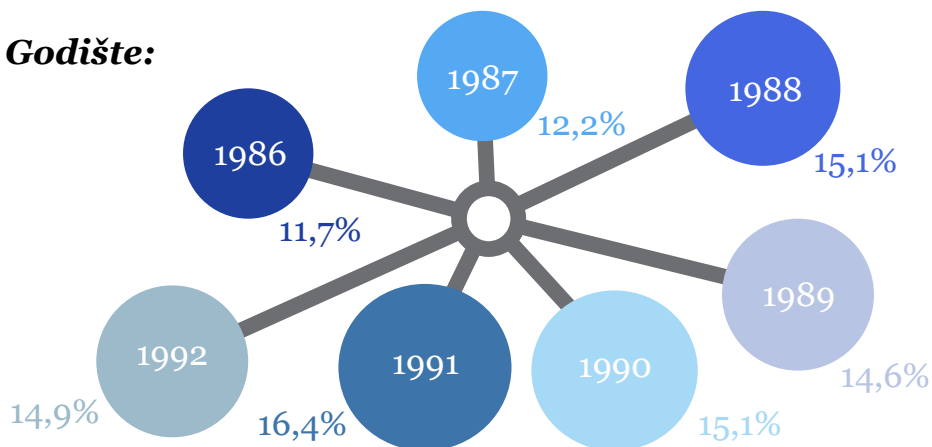
2.1. Demografske karakteristike uzorka

Pol:



Istraživanjem su obuhvaćeni studenti sa nekoliko Univerziteta u Srbiji, zaposleni, kao i nezaposleni pripadnici milenijumske generacije. U ispitivanju je učestvovalo 73,3% žena i 26,7% muškaraca. Osim što je u populaciji u Srbiji više žena, a samim tim i u ovoj generaciji, primetili smo da je nemoguće izjednačiti uzorak prema polu što možemo vrlo jednostavno protumačiti time da su žene otvorenije i pristupačnije za ispitivanje (*Republički zavod za statistiku, Struktura stanovnika prema polu i starosti, 2014: 11*).

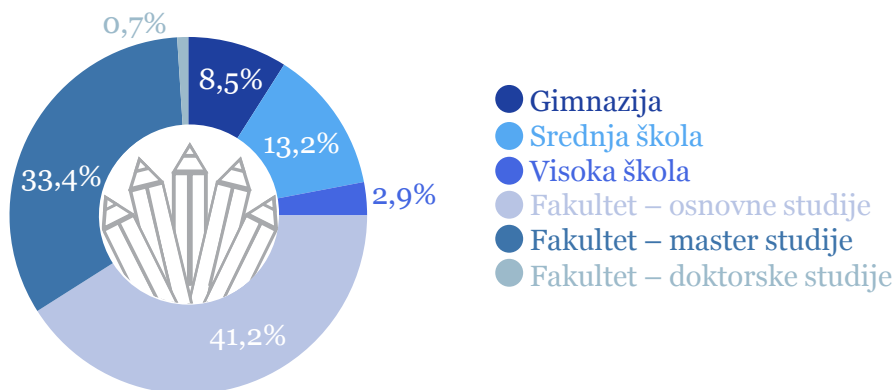
Godište:



Kao što je prikazano u grafiku, pripadnici svih generacija su bili ravnomerno uključeni u istraživanje.

2.2. Obrazovanje

Stečeni nivo obrazovanja:



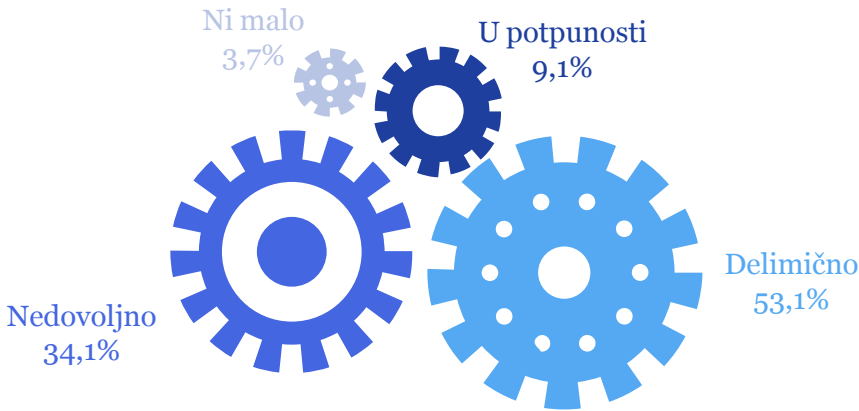
Obrazovnu strukturu uzorka sačinjavaju ispitanici sa završenom srednjom školom (gimnazija i srednja stručna škola) – 21,7%, visokom školom – 2,9% i fakultetom (osnovne / master / doktorske studije) – 75,3%. Možemo da primetimo da je najveći broj ispitanika visoko obrazovan, što je u skladu sa opštim trendom u zemlji, gde je sve veći broj diplomiranih studenata – rastući broj od 2007. godine (*Republički zavod za statistiku, Struktura stanovništva prema obrazovanju, 2013*).

U kom gradu ste završili poslednji stepen obrazovanja?

Subotica	0,5%
Novi Sad	17,4%
Beograd	64,4%
Kragujevac	2,8%
Niš	1,2%
Neki drugi grad	13,8%

Većina ispitanika je poslednji stepen obrazovanja završila u Beogradu (64,4%), zatim u Novom Sadu (17,4%) i ostalim gradovima (18,2%). Ovaj podatak govori i u prilog aktuelnoj temi o centralizaciji, gde mnogi primećuju da su sve prilike (obrazovne i poslovne, ali i kulturne) koncentrisane u Beogradu i da se najviše pažnje posvećuje upravo glavnom gradu, dok je većina manjih gradova zapostavljena.

U kojoj meri je prema vašem mišljenju znanje koje ste stekli kroz formalno obrazovanje primenljivo u praksi?

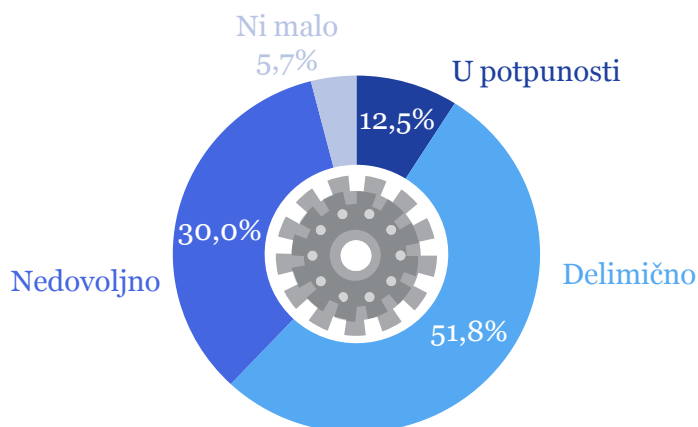


Kada govorimo o primenljivosti znanja stečenog tokom formalnog obrazovanja, većina ispitanika smatra da je ono delimično primenljivo u praksi.

Komentari:

- *Na fakultetu sam stekla generalnu sliku o oblasti koju sam studirala, to znanje koristim kao smernice.*
- *Znanje i iskustvo se stalno nadgrađuju u toku života. Formalno obrazovanje je samo osnova za početak.*
- *Smatram da nije dovoljna sama teorija koja se stiče na fakultetu, već je neophodno uvesti više praktične nastave.*
- *Dosta kaskamo za ostalim razvijenim zemljama koje su neke oblike učenja odavno prevazišle.*
- *Postoje naučene stvari koje se mogu primeniti, ali postoji dosta nepotrebnog znanja koje može biti smanjeno ili zamenjeno korisnim i praktičnim.*

U kojoj meri vam vaše dosadašnje formalno obrazovanje pruža mogućnost da izgradite željenu karijeru?



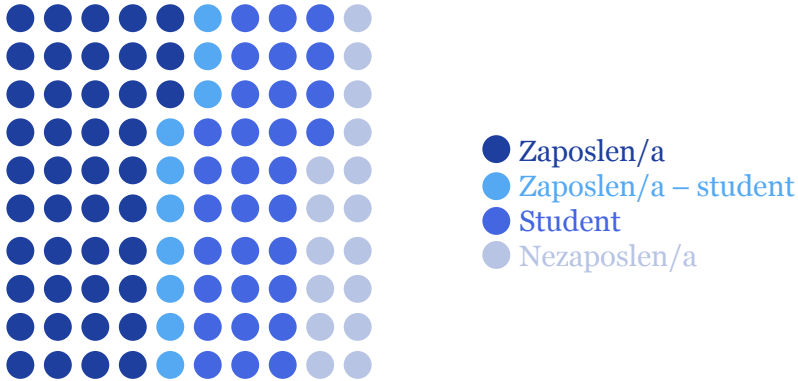
Takođe, milenijumci imaju isti stav kada je u pitanju izgradnja željene karijere i više od polovine njih smatra da im formalno obrazovanje delimično pruža tu mogućnost.

Komentari:

- *Mislim da je problem u tome što kompanije očekuju da studenti imaju radno iskustvo u struci pre završetka fakulteta – a da bi se to ostvarilo neophodno je još pre imati – radno iskustvo, naravno! I tako nastaje začarani krug. Ako bi bilo više kompanija koje bi se angažovale, i možda čak uključile u proces obrazovanja (na završnim godinama) mislim da bi bilo mnogo više studenata koji bi mogli pozitivno da odgovore na ovo pitanje.*
- *Diploma služi samo za CV, predstavlja mogućnost da neku oblast možete da savladate u praksi.*
- *Fakultetska diploma se sada podrazumeva. Ne pruža nikakve beneficije ili olakšice prilikom zaposlenja. Daleko od toga da garantuje posao. Ono što zapravo pruža mogućnost zaposlenja, stvaranja i unapređenja karijere su kursevi (sertifikati) koje individualno i o svom trošku pohađam i stičem, nezavisno od formalnog školovanja i institucije u kojoj se školujem.*

2.3. Trenutni status

Trenutni status:



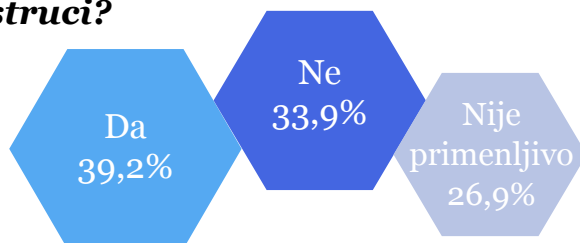
U istraživanju je učestvovalo 42,9% zaposlenih, 41,3% studenata (studenti i zaposleni studenti) i 15,8% nezaposlenih. Najteže nam je bilo da dođemo do nezaposlenih koji su otvoreni da razgovaraju o karijeri i stanju na tržištu. Pretpostavljamo da je tome uzrok nezadovoljstvo trenutnim statusom, kao i promenljivost same kategorije (nada da se njihov status menja u pozitivnom smislu, to jest da mogu doći ili su došli do posla).

U kom gradu radite?

Subotica	0,3%
Novi Sad	5,3%
Beograd	40,2%
Kragujevac	1%
Niš	0,3%
Neki drugi grad	5,3%
Nisam zaposlen/a	47,5%

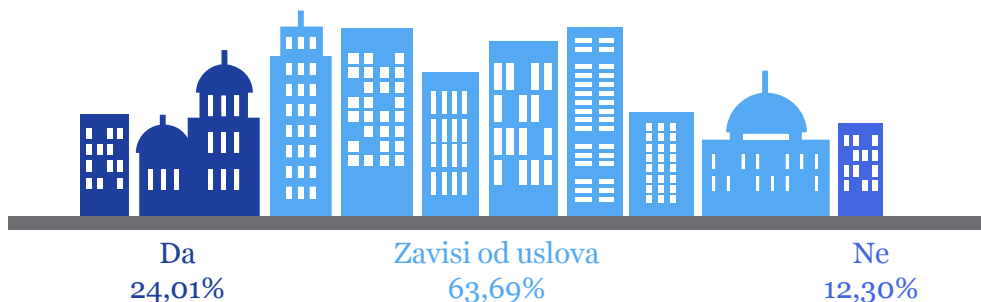
U našem uzorku, najviše je onih koji su zaposleni u Beogradu i to 40,2%, dok ostali rade u drugim gradovima u Srbiji.

Da li radite u struci?



Većina ispitanika je zaposlena u struci, njih 39,2%, nešto je manje onih koji nisu – 33,9%. Međutim, ovde nailazimo na izvesna nepoklapanja kada je reč o odgovoru „Nije primenljivo“ za koji se očekivalo da će biti izbor studenata i nezaposlenih. Umesto tog odgovora, pretpostavljamo da je određeni procenat ispitanika iz ove dve grupe odabrao odgovor „Ne“. Na osnovu toga, zaključujemo da je u uzorku manje od 33,9% onih koji ne rade u struci.

Da li biste se preselili iz većeg u manji grad zbog posla?



Na pitanje da li bi se preselili iz većeg u manji grad zbog posla, više od polovine ispitanika, njih 63,7%, je odgovorilo da to zavisi od uslova, 24% bi se preselilo u drugi grad, dok 12,3% ne bi razmišljalo o toj opciji.

Komentari:

- *Naravno, zavisi od uslova, mislim na životne uslove, ne samo na platu.*
- *Ukoliko bi u pitanju bila velika kompanija koja nudi dobre početne uslove i mogućnost odlaska u inostranstvo, vrlo rado.*
- *Bih ukoliko je taj grad udaljen do sat vremena putovanja od mog mesta stanovanja i ako su plaćeni putni troškovi.*
- *Ako je posao interesantan, nije bitna veličina grada.*
- *Već sam se selila i promena okoline nije predstavljala problem koliko loši uslovi poslodavca.*

2.4. Karakteristike posla i neophodne veštine

U kojoj meri su vam sledeće karakteristike posla važne:

(1=nimalo važno, 5= veoma važno)

	1	2	3	4	5
Brzo napredovanje	0,7%	6,5%	35,9%	39,3%	17,6%
Razmišljanje i lični pečat	0,2%	2,2%	16,6%	39,5%	41,5%
Pomaganje ljudima	2,0%	4,9%	23,6%	37,9%	31,6%
Stalno razvijanje i usavršavanje	0%	0,5%	5,5%	22,4%	71,6%
Stabilnost i posao bez stresa	1,2%	6,3%	20,1%	30,6%	41,8%
Rad u timu	4,1%	10,4%	33,4%	35,7%	16,4%
Jednostavnost i lakoća u obavljanju posla	7,7%	23,1%	36,5%	21,2%	11,5%
Kreativnost i dinamičnost	0,6%	2,9%	15,1%	39,7%	41,7%

Ono što je interesantno jeste da milenijumci iz našeg uzorka ne ističu značaj brzog napredovanja, što je globalno posmatrano možda i najznačajnija karakteristika ove generacije – oni očekuju čestu promociju, koja ne mora nužno biti u vertikalnom smeru, na osnovu rezultata i zalaganja, i ukoliko ista izostane, spremni su da napuste organizaciju, jer njihova lojalnost nije na visokom nivou (*Price Waterhouse Coopers, 2011: 4*). Milenijumci napredovanje ne povezuju sa godinama i vremenom provedenim unutar kompanije, kako je to slučaj sa nekim prethodnim generacijama. Oni veći značaj pridaju rezultatima, i ponekad mogu osećati frustraciju zbog vremena koje je potrebno da bi napredovali (*How to manage the Millennials, 2016*).

Sa druge strane, karakteristike posla koje naši ispitanici ističu kao njima najvažnije su: stalno razvijanje i usavršavanje, kreativnost i dinamičnost, kao i razmišljanje i lični pečat. Razvoj i usavršavanje su takođe, prvi izbor milenijumaca u svetu (*Price Waterhouse Coopers, 2011: 14*).

Činjenica koja može iznenaditi jeste da su i „Stabilnost i posao bez stresa“ relativno visoko rangirani kod naših ispitanika. Globalno posmatrano, situacija se ne razlikuje mnogo. Ovo je generacija svesna krize i njenog uticaja na zapošljavanje i opstanak kompanija na tržištu, pa samim tim prepoznaje značaj stabilnosti i dugoročnog poslovanja, kao i sigurnosti radnog mesta (*Deloitte, 2016: 14*).

Jednostavnost i lakoća obavljanja posla nisu toliko značajni za milenijumce.

Da li biste više voleli da imate mali tim sa limitiranim budžetom i punom autonomijom ili veliki tim, dobar budžet, ali složeniji proces odlučivanja?



Mali tim sa limitiranim budžetom i punom autonomijom (58,0%)

Veliki tim, dobar budžet i složeniji proces odlučivanja (42,0%)

Mali tim sa limitiranim budžetom i punom autonomijom je izbor većine ispitanika. Postavlja se pitanje zašto se većina njih opredelila za ovaj odgovor – da li zbog nedovoljno iskustva u rukovođenju timovima i rukovođenju finansijama ili zbog jednostavnijeg procesa odlučivanja i veće autonomije? Ukoliko odgovor na ovo pitanje potražimo u globalnim istraživanjima, situacija je vrlo jasna – 65% milenijumaca smatra da su rigidna organizaciona struktura i zastareli menadžerski stilovi upravljanja karakteristike koje odbijaju ovu generaciju i takvu organizaciju čine neatraktivnom (*PriceWaterhouseCoopers, 2011: 20*).

Slična je situacija i u našem istraživanju – analizom komentara, možda i očekivano dolazimo do zaključka da, iako svesni prednosti velikog tima i većeg budžeta, sloboda u odlučivanju je definitivno od presudnog značaja za milenijumce i iz tog razloga se većina odlučuje za ovu opciju.

Milenijumci će se pre odlučiti za poslodavca koga karakteriše fleksibilnija organizaciona struktura i gde će im jasno biti predočeni ciljevi, ali ne i način njihovog ostvarenja – taj deo treba prepustiti njima.

Komentari:

- *Mali tim je sposoban da se bolje prilagođava promenama na tržištu ili u industriji, da bolje prepozna i reaguje na novonastale „niše“ na tržištu i brže primenjuje tehnološke inovacije, za razliku od velikih kompanija koje prilikom reagovanja ograničava njihova sopstvena veličina i odgovarajuća birokratija... Tako da zavisi i od toga u kojoj se zemlji taj tim nalazi.*
- *Ljudi su kreativniji, produktivniji, dovtljiviji kada je budžet ograničen i kada su osuđeni na snalaženje.*
- *Za sada mali tim, a kasnije bi mi bilo svejedno da li je to mali ili veliki tim kada sve to pređe u rutinu.*
- *Procedure su najgora tvorevina velikih organizacija i samim tim čine proces odlučivanja dosta komplikovanijim.*
- *S obzirom da sam tek na početku karijere, više bi mi odgovaralo da imam od koga da učim.*
- *Lakše je napraviti dogovor sa manjim brojem ljudi, pre će se oformiti osećaj zajedništva i tima u takvim uslovima, a smatram da ljudi mnogo bolje rade zajedno ako međusobno veruju jedni drugima i ako ima dobre energije među njima (opšta atmosfera, radost i zabava, optimizam).*
- *Manji tim koji ima bolju komunikaciju je lakše organizovati, produktivniji je i svaki njegov član lakše uvidi svoj doprinos i mesto u tom timu.*
- *Uvek je bolje imati veliki tim, jer to je ujedno i velika radna snaga i veliki broj novih ideja.*

Šta vam je najvažnije kod (budućeg) poslodavca?

(1=nimalo važno, 5= veoma važno)

	1	2	3	4	5
Dobra zarada	0,2%	0,8%	12,3%	48,6%	38,1%
Lični razvoj	0,2%	0,4%	3,6%	22,4%	73,4%
Mogućnosti za napredovanje	0,6%	5,7%	29,4%	43,2%	21,1%
Mogućnost rada u inostranstvu	7,9%	14,6%	28,8%	27,7%	21,0%
Etičnost	0,9%	2,2%	11,7%	30,1%	55,1%
Jasno definisana korporativna kultura	2,6%	4,6%	24,4%	38,2%	30,2%
Sloboda u razmišljanju	0,4%	0,7%	8,7%	36,1%	54,1%
Sloboda u odlučivanju u domenu svojih odgovornosti	0,2%	0,8%	9,3%	39,1%	50,6%
Fleksibilno radno vreme	6,2%	13,0%	30,8%	30,0%	20,0%

Lični razvoj, sloboda u razmišljanju i odlučivanju, dobra zarada i etičnost su karakteristike (budućeg) poslodavca koje pripadnici ove

generacije izdvajaju kao veoma važne. Sloboda u odlučivanju se još jednom izdvojila kao izuzetno važna stavka, tako da sa sigurnošću možemo zaključiti da milenijumci veoma cene autonomiju i nezavisnost. Piramidalna organizacija i previše pravila i procedura koje smanjuju njihovu autonomiju može ih navesti da počnu da razmišljaju o promeni posla (*Klass i Lindenberger, 2016*).

Kada govorimo o karakteristikama posla u SAD, zarada je svakako i dalje na prvom mestu, ali nije presudan faktor za izbor određenog poslodavca. Kultura i atmosfera, zadovoljstvo poslom i mogućnosti za razvoj su jako bitni pripadnicima ove generacije, tako da poslodavci u SAD ne mogu očekivati da će ukoliko ponude izazovan finansijski paket privući milenijumce – njima je bitno da posao koji rade ima svrhu i da odražava njihove lične vrednosti (*Regan, 2014*).

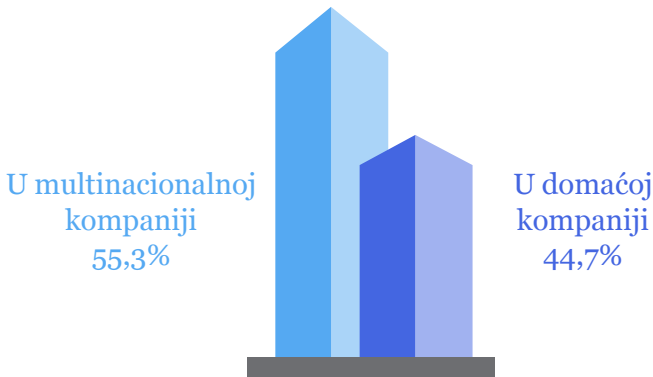
Globalno posmatrano, zarada je i dalje jako važna, ali prema različitim istraživanjima, različito je rangirana – od prvog do trećeg mesta. Ono što organizaciju takođe čini atraktivnim poslodavcem jesu mogućnosti za napredovanje i lični razvoj (*PriceWaterhouseCoopers, 2011: 10*). Karakteristika koja opredeljuje izbor poslodavca jeste i radno mesto ili kompanija u kojoj će imati snažan osećaj za svrhu – duže će ostajati lojalni kompaniji sa čijim vrednostima mogu da povežu sopstvene (*Deloitte, 2016: 18*). U svetu se neretko dešava da pripadnici ove generacije odbiju određene zadatke jer su u suprotnosti sa njihovim ličnim uverenjima (*Deloitte, 2016: 2*), a od milenijumaca na liderskim pozicijama se može očekivati da odluke u jednakoj meri donose na osnovu ličnih vrednosti sa jedne, i ostvarivanja konkretnih poslovnih ciljeva ili rezultata sa druge strane (*Deloitte, 2016: 12*).

Iznenaduje činjenica da su se ispitanici u najmanjoj meri odlučili za fleksibilno radno vreme – u svetu, fleksibilno radno vreme zauzima čak drugo mesto kada su u pitanju najznačajnije karakteristike posla (*PriceWaterhouseCoopers, 2011: 14*).

Takođe, iako se u odgovorima na prethodna pitanja odlazak u inostranstvo pokazao kao primamljiva opcija, kao karakteristika poslodavca nije visoko rangiran i neće biti odlučujući faktor prilikom izbora (budućeg) poslodavca – samo jedna petina ispitanika ocenila je ovu karakteristiku kao najvažniju. Ovo može biti opravdano time da je

naše diplome teško nostrifikovati u inostranstvu, kao i da je skoro uvek neophodno ponovo ući u sistem formalnog obrazovanja pre samog početka rada. Takođe, jaz između naše kulture i kulture u razvijenim zemljama, može da bude prepreka u želji za radom u inostranstvu. Za razliku od njih, milenijumci u svetu se rado opredeljuju da karijeru nastave u inostranstvu i kao najpoželjnije zemlje navode SAD, UK i Australiju (*PriceWaterhouseCoopers, 2011: 19*).

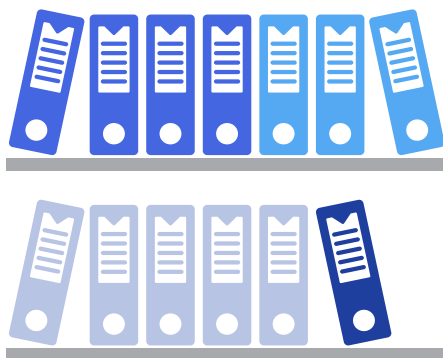
Da li biste više voleli da radite u poznatoj multinacionalnoj kompaniji ili maloj domaćoj firmi koju biste mogli da razvijate?



Kada je reč o izboru između domaćih i multinacionalnih kompanija mišljenje milenijumaca je podeljeno – nešto više od polovine se opredelilo za rad u multinacionalnoj kompaniji.

Analizom komentara ispitanika došli smo do određenih zaključaka. Industrija u kojoj kompanija posluje i sama pozicija presudni su faktori za jedan deo ispitanika, dok im priroda vlasništva nije toliko bitna. Drugi deo ispitanika se iz razloga kao što su korišćenje savremenih programa, finansijski uslovi i više mogućnosti za učenje i razvoj – odlučuju za multinacionalnu kompaniju. Sa druge strane, sticanje širih znanja, lakše isticanje („*nisi deo velikog sistema*“) i prijatnija atmosfera su glavne prednosti za deo ispitanika koji radije bira domaću kompaniju.

Kakvo je za vas idealno mesto za rad?



- Kancelarija gde svako ima pristup (open space) (29,0%)
- Tradicionalna kancelarija, (41,5%)
- Virtual office (bilo gde gde postoji kompjuter, internet konekcija i telefon) (22,5%)
- Rad od kuće (7,0%)

Opšte je poznato mišljenje da milenijumci radije biraju fleksibilno i opušteno radno okruženje, koje im omogućava određenu dozu neformalnosti (Regan, 2014). Uprkos tome, gotovo polovina naših ispitanika se opredelila za tradicionalnu kancelariju kao idealno mesto za rad, dok se ubedljivo najmanji broj opredelio za rad od kuće i virtuelnu kancelariju. Ovakva distribucija odgovora je i očekivana, imajući u vidu da ispitanici fleksibilno radno vreme ne smatraju bitnom karakteristikom posla, pa samim tim im drugačiji načini rada, koji ne podrazumevaju tradicionalnu kancelariju, nisu primamljivi.

Komentari:

- *Kombinacija kancelarijskog rada i rada na terenu bi bila idealna.*
- *Mogućnost biranja mesta za rad. Kad ima potrebe da budem u firmi – rad u kancelariji sa najviše 20 ljudi, kad nema potrebe – mogućnost rada od kuće, kafića, kod drugarice u kancelariji ili workspace.*
- *Tradicionalna kancelarija, jer je to prostor gde vlada radna atmosfera i kolege su na jednom mestu, tako da možete brže da rešite problem sa poslom, a i da razvijate odnose sa kolegama. Naravno, sve zavisi i od individue. Rad od kuće ili virtual office zvuči primamljivo, ali nemate određene radne sate, uvek ste dostupni, uvek možete da budete ometani od strane ljudi iz vašeg privatnog života i morate imati razvijenu ličnu disciplinu.*
- *Imam priliku da radim i u tradicionalnoj kancelariji, i u prostoru koji delim sa puno ljudi i od kuće. Tradicionalna kancelarija ima najviše prednosti i u njoj je najlakše koncentrisati se, organizovati svoje vreme, ali i vreme za timski rad i sastanke i uklopiti posao u razumno radno vreme.*

Šta su po vama osobine / veštine koje svaki zaposleni treba da poseduje?

Odlučnost	56,7%
Taktičnost	31,4%
Principijelnost	24,9%
Doslednost	44,0%
Iskrenost	39,8%
Disciplina	66,3%
Kreativnost	52,5%
Vizionarstvo	26,2%
Stručnost	73,3%
Organizacione sposobnosti	65,3%
Prilagodljivost	66,1%
Veštine građenja međuljudskih odnosa	67,8%
Veštine prezentovanja i javnog nastupa	36,2%
Nešto drugo	4,1%

Milenijumci definitivno sve navedene osobine / veštine prepoznaju kao značajne za rad u savremenim poslovnim sistemima. Ipak, prednost daju stručnosti, veštinama građenja međuljudskih odnosa, prilagodljivosti, disciplini, organizacionim sposobnostima i odlučnosti. Sa druge strane, najmanje su zastupljene principijelnost, vizionarstvo i taktičnost.

Komentari:

- Sve su ovo potrebne veštine i što je zaposleni na višoj funkciji treba da ih ima što više.
- Dovođenje u pitanje svake vrste autoriteta.
- Smatram da treba da poseduje (ili vremenom da izgradi) želju koja će ga gurati napred i u teškim uslovima, želju za radom, učenjem i napretkom.
- Konstantnu želju za učenjem i usavršavanjem.
- Sve veštine se mogu, ukoliko osoba želi, naučiti i usavršiti. Integritet je, za mene, sve.

2.5. Usavršavanje

Na koji način mislite da biste najadekvatnije proširili / usavršili svoja znanja?

Rad u multifunkcionalnim / projektnim timovima u zemlji	21,5%
Rad u multifunkcionalnim / projektnim timovima u inostranstvu	29,3%
Obuke i seminari u zemlji	9,3%
Obuke i seminari u inostranstvu / sa stranim predavačima	10,8%
Rad sa mentorom u organizaciji	23,3%
Dodatno formalno obrazovanje (postdiplomske studije, specijalistički kursevi)	4,5%
Nije primenljivo	1,3%

Zanimalo nas je na koji način milenijumci razmišljaju o mogućnostima za usavršavanje znanja. Najveći procenat njih opredelio se za sticanje praktičnih znanja i veština u organizacijama, dok se manji deo opredelio za dodatno formalno i neformalno obrazovanje.

Kada je reč o sticanju veština u organizaciji, milenijumcima bi posebno bio interesantan rad sa ekspertima iz različitih oblasti, članovima multifunkcionalnih timova, kao i rad sa mentorima. Primetna je njihova želja za sticanjem praktičnog iskustva učenjem od profesionalaca u organizaciji, što je generalno karakteristika ove generacije. Na globalnom nivou, milenijumci biraju rad sa mentorima i rotacije i rad na projektima sa kolegama iz različitih sektora, kao njima najznačajnije načine za usavršavanje i razvoj. Takođe, sve je veća uloga i *reverse mentoring*-a u njihovom osamostaljivanju, pa ne treba zanemariti značaj ovakvih programa ni kada je transfer znanja u pitanju – razne su teme, posebno iz domena društvenih mreža, koje milenijumce mogu približiti svojim starijim kolegama (*PriceWaterhouseCoopers, 2011: 18*).

I druga istraživanja su pokazala da ova generacija ceni rad sa mentorima. Deloitte-ovo istraživanje pokazalo je da u kompanijama gde postoji mentorstvo, milenijumci pokazuju veću lojalnost i veće su šanse da će želeti duže da se zadrže u toj kompaniji (*Deloitte, 2016: 17*).

Gde postoji, mentorstvo ima pozitivan uticaj i milenijumci ovakav vid usavršavanja vide kao koristan, jer u svakom trenutku imaju kome da se obrate za profesionalni savet, imaju nekoga ko će razvijati njihove rukovodilačke veštine i imaju osećaj da je neko zaista zainteresovan za njihov profesionalni razvoj. Isto istraživanje pokazalo je da je dva puta verovatnije da će oni koji imaju mentora želiti da ostanu unutar iste organizacije u narednih 5 godina (*Deloitte, 2016: 18*).

Uvođenje mentoring programa svakako utiče na atraktivnost poslodavca, posmatrano očima milenijumaca, ali treba biti obazriv prilikom njihovog definisanja – ova generacija želi da uči od svojih mentora, ali očekuje slobodu i autonomiju u isto vreme.

Trend odlaska u inostranstvo je i dalje aktuelan među mladima, deo njih voleo bi da se oprobaju u multifunkcionalnim / projektnim timovima, dok se drugi radije odlučuju za obuke i seminare u inostranstvu sa stranim predavačima. Međutim, na globalnom nivou, trend odlaska u inostranstvo je mnogo zastupljeniji među milenijumcima čak 71% njih ima želju da u jednom trenutku svog života, karijeru nastavi u inostranstvu (*PriceWaterhouseCoopers, 2011: 18*). U našem uzorku taj procenat je manji (29,2%) što nas raduje i upućuje na to da milenijumci u Srbiji imaju želju da karijeru grade u zemlji i značajne rezultate ostvare upravo ovde.

Milenijumci očekuju da nastave sa učenjem i usavršavanjem na radnom mestu i na globalnom nivou daju prednost poslodavcima kod kojih postoje razvijeni programi obuke i razvoja. Prilikom definisanja neformalnih načina usavršavanja ove generacije, treba uzeti u obzir digitalnu pismenost njenih pripadnika i primenu tehnologije u svakodnevnom životu. Imajući ovo u vidu, poslodavcima se preporučuje da neformalne vidove usavršavanja milenijumaca prilagode i u njih uključe *online* module za učenje, *webinar*-e ili interaktivno igranje uloga. Ipak, ne treba zanemariti ni tradicionalne načine obučavanja (*PriceWaterhouseCoopers, 2011: 18*).

2.6. Ambicija

Da li biste radije bili istraživač / inovator ili lider?

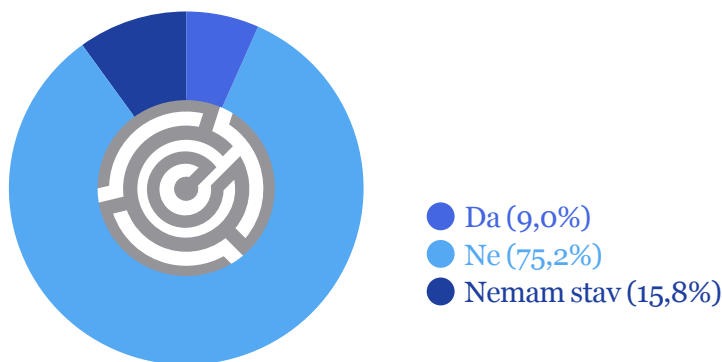


Iako se većina milenijumaca izjasnila da bi radije bili istraživači / inovatori nego lideri, iz komentara vidimo da većina smatra da su ove uloge komplementarne i da ne isključuju jedna drugu.

Komentari:

- *Kako možete biti lider ako niste inovator?*
- *Najbolje je kombinacija, da se uvek radi na novim stvarima, usavršavanju, ali da možeš da utičeš na donošenje odluka, da ne odlučuju drugi za tebe sve.*
- *U mom konkretnom slučaju to su dve osobine koje idu jedna uz drugu.*
- *Lider implementira inovacije, te dve kategorije se dosta preklapaju.*

Da li mislite da postoje nerešive poslovne situacije?



Raduje optimizam milenijumaca da za njih ne postoje nerešive poslovne situacije.

Komentari:

- *Svaka situacija je rešiva, ukoliko se razmotri sa više aspekata i u proces razmatranja i odlučivanja uključi više ljudi.*
- *Ukoliko ste ambiciozni i želite da napredujete ovo je normalno i morate da se suočavate sa izazovima.*
- *Možda rešenje neće biti pravo, ali smatram da se uvek može naći dobra alternativa za rešenje poslovne situacije. U svakom slučaju bolje dobra alternativa, nego ne naći rešenje uopšte.*
- *Svaki problem ima rešenje, duboko verujem u to i tako mi i iskustvo pokazuje.*
- *Postoje veliki izazovi, ali svaka odluka vodi ka dobrom rešenju ili novoj lekciji za naučiti.*

Da možete da birate da li biste:

Pokrenuli svoj biznis	22,9%
Radili u jakoj domaćoj kompaniji	12,4%
Radili u multinacionalnoj kompaniji	22,2%
Otišli da živite i radite u inostranstvo	9,6%
Otišli na usavršavanje u inostranstvo, a zatim tamo nastavili karijeru	18,2%
Otišli na usavršavanja u inostranstvo, a zatim se vratili u Srbiju	14,7%

Trećina ispitanika bi se najradije opredelila za dalje usavršavanje, kako u zemlji tako i u inostranstvu. Ostali ispitanici su okrenuti pronalaženju adekvatnog zaposlenja i sticanju praktičnog iskustva i najradije se odlučuju za pokretanje sopstvenog biznisa i rad u multinacionalnim kompanijama.

U SAD, slična istraživanja su pokazala da se pripadnici ove generacije pre odlučuju za pokretanje sopstvenog biznisa. Pretpostavlja se da ovakav izbor može biti posledica toga što su se milenijumci suočili sa teškoćama pri zapošljavanju i krizom, u većoj meri nego prethodne generacija i upravo to je razlog zašto veću sigurnost vide u pokretanju privatnog biznisa (White, 2015). Svakako, mora se uzeti u obzir i ekspanzija i rast IT firmi koje su za veoma kratko vreme napravile izuzetne finansijske rezultate, pa i to dodatno podstiče ovu generaciju da pokuša sama da reši svoje ekonomsko stanje.

Komentari:

- *Mislim da je moguće raditi u multinacionalnoj kompaniji, preko nje otići u inostranstvo, i onda paralelno raditi i na svom profesionalnom usavršavanju.*
- *Otišla bih na usavršavanje u inostranstvo, tamo bih nastavila karijeru, a kasnije (5-10 godina) bih pokrenula sopstveni biznis koji je recimo neki vid proizvodnje i koji nije povezan sa mojom strukom, zatim bih pokrenula drugi biznis koji nije povezan ni sa strukom ni sa prvim biznisom, zatim treći itd. U suštini izgradila bih više izvora zarade gde svaki od njih nije čak ni usko povezan sa ostalima, tj. da pripadaju različitim privrednim granama.*
- *Ukoliko bih imala više novčanih mogućnosti, otišla bih u inostranstvo da proširim i usavršim svoje stručno znanje u oblasti rada za koje ovde ne postoji formalno, a ni neformalno obrazovanje. Zatim bih se vratila u Srbiju kako bih započela svoju privatnu praksu sa znanjem i veštinama stečenim u inostranstvu.*
- *Volela bih da u Srbiji postoji jaka domaća industrija koja prima mlade ljude. Rado bih se obrazovala i u inostranstvu i radila u multinacionalnoj kompaniji. Multinacionalna kompanija ima svojih izazova i primamljiva je zbog mogućnosti napretka i visine primanja.*

Kako zamišljate sebe za 10-15 godina?

Ubedljivo najveći broj ispitanika u budućnosti sebe vidi kao priznatog stručnjaka u svojoj oblasti. Znanje i status priznatog stručnjaka daleko su im bitniji od pozicije, pa tako manji procenat njih sebe vidi kao direktore sopstvenog biznisa ili određenog sektora u multinacionalnoj kompaniji.

2.7. Komunikacija

Koje servise na internetu najčešće koristite da se informišete?

Facebook	78,2%
Twitter	13,7%
Pinterest	10,6%
On Line news	24,4%
YouTube	53,6%
Instagram	25,2%
Reddit	2,3%
Tumblr	2,2%
LinkedIn	44,3%
Nešto drugo	11,0%



Facebook je definitivno medij kojem se milenijumci najčešće okreću kada je reč o informisanju, međutim visoko su kotirani i mediji koji se bave temama iz biznisa.

Kako najčešće komunicirate sa kolegama / prijateljima?

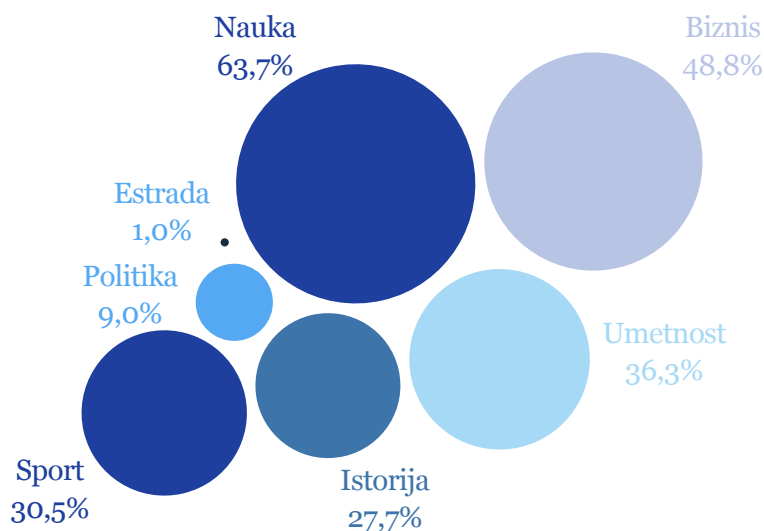
SMS	59,5%
Whats app / Viber	69,1%
Facebook	53,4%
Twitter	1,3%
Razgovor preko mobilnog telefona	72,8%
Susret uživo	72,3%
E-mail	44,3%
LinkedIn	6,2%
Instagram	8,6%
Nešto drugo	1,7%

Kada govorimo o komunikaciji, milenijumci preferiraju razgovor putem mobilnog telefona i susret uživo, ali ne zaostaju ni poznate aplikacije *WhatsApp* i *Viber*. U svetu je situacija sledeća – 41% milenijumaca najradije komunicira elektronskim putem i taj način preferira u odnosu na susret uživo ili razgovor putem mobilnog telefona (*PriceWaterhouseCoopers, 2011: 10*). Raduje nas činjenica

da naši milenijumci još uvek nisu potpuno okrenuti modernim i naprednim tehnologijama, ali nam se čini da i naše društvo sve više ide u tom pravcu. Ne možemo zanemariti ni činjenicu da je u našoj kulturi jako cenjen i neizostavan socijalni kontakt i da je druženje način življenja u Srbiji. Radni dan ili ne, kafići i restorani su puni ljudi svih generacija i negde iskustveno možemo reći da je ova činjenica važan deo naše kulture.

2.8. Uzori

Sfera u kojoj nalazite svoje uzore:



Nauka, biznis i umetnost su sfere koje su milenijumci izdvojili kao one u kojima pronalaze svoje uzore. Čitajući komentare, milenijumci navode naučnike iz različitih oblasti, ali kada je reč o sportu vrlo su složni – Novak Đoković se ubedljivo izdvojio kao uzor mladih. Pored njega, milenijumci izdvajaju Mihajla Pupina, Nikolu Teslu i Stiv Džobsa.

Komentari:

- *Svaki domaći naučnik, sportista, umetnik... čovek iz bilo koje sfere koji je svojim znanjem, zalaganjem, upornošću ostvario zapažene rezultate!*
- *Moj deka, čovek koji nije imao ni osnovnu školu, a primenjivao je principe koji danas propagiraju motivaconi govornici.*

- *Nemam sopstveni uzor. Svako ima nešto specifično u sebi. Kada prepoznam u nekome crtu koja mi se dopada, a slaže se sa mojom ličnošću, tada se trudim da je razvijem kod sebe.*
- *Mihajlo Pupin*
- *Novak Đoković, Mihajlo Pupin, Mileva Marić, Desanka Maksimović*
- *Stephen Hawking, Howard Schultz*
- *Svaki čovek i žena koji su svojim intelektom, naporom i hrabrošću, kao i željom da se nešto popravi ili uradi bolje, to i učinili i ostavili trag i nasleđe generacijama koje dolaze.*
- *Iz IT sektora, uglavnom pronalazači / inovatori kao što su Mark Zukenberg, Stiv Jobs i ostali.*
- *Nikola Tesla*

2.9. Pogled u budućnost

Šta vas najviše brine kada je u pitanju vaša profesionalna budućnost?

Da li ću moći da nađem / zadržim posao koji želim	39,1%
Da li ću na poslu biti adekvatno nagrađen za svoj trud	15,6%
Da li ću se uklopiti u postojeći tim	1,0%
Da li ću moći da se razvijam u svojoj struci	20,6%
Da li ću umeti da donosim ispravne odluke	9,3%
Da li će mi posao brzo dosaditi	7,4%
Da li ću brzo napredovati	4,0%
Nešto drugo	3,0%

Ono što u budućnosti brine pripadnike ove generacije jeste da li će moći da pronađu / zadrže posao koji žele, da li će moći da se razvijaju u svojoj struci, kao i da li će biti adekvatno nagrađeni za svoj trud. Možda neočekivano, sigurnost posla je veoma važna milenijumcima, što pretpostavljamo da se može pripisati stanju na tržištu rada Srbije i dugotrajnom periodu tranzicije. Takođe, zanemariv procenat milenijumaca je zabrinut kada je u pitanju njihovo prilagođavanje timu na radnom mestu.

U SAD milenijumci najviše brinu da li će zaraditi dovoljno novca, ali ih i kao ispitanike iz našeg uzorka, brine i da li će se razvijati i učiti nove veštine (*White, 2015*).

Komentari:

- *Da li ću imati vremena za porodicu?*
- *Da li ću moći da radim u okruženju sa ljudima / kolegama / mentorima od kojih mogu da naučim nešto novo?*
- *Brine me da li će neko uspeti da prepozna moj talent? Sadašnji HR sektori nisu kreativni i previše se bave birokratijom, posmatraju sve crno i belo. I mislim da je to velik propust. Možda neće prepoznati dobre i sposobne kadrove koji zaista imaju talenta.*

Koja industrija Vam se čini najperspektivnijom u Srbiji u narednih 10 godina?

IT	69,9%
Agrar	9,4%
Telekomunikacije	5,8%
Saobraćaj	1,0%
Mediji	1,4%
Finansije	2,1%
Proizvodnja	6,3%
Nešto drugo	4,1%

U skladu sa aktuelnim trendovima na našem tržištu i ekspanziji sektora Informacione tehnologije, najveći broj milenijumaca upravo tu industriju vidi kao najperspektivniju u narednom periodu.

Većina pripadnika ove generacije u SAD takođe najperspektivnijom ocenjuje tehnologiju, a prate je zdravstveni i energetski sektor (*White, 2015*).

Komentari:

- *On-line obrazovanje*
- *Turizam*
- *Blogovanje*
- *Genetički inženjering i rad sa veštačkom inteligencijom*

3. RELACIJE

Kako nam je cilj da ovaj upitnik bude praktično primenljiv, želeli smo da ispitamo neke od aktuelnosti za koje smatramo da mogu biti od koristi (budućim) poslodavcima. S tim u vezi, u daljem tekstu vam predstavljamo relacije između pitanja koja pružaju uvid u razmišljanja milenijumaca koji su učestvovali u našem istraživanju.

3.1. Relacija – Stečeni nivo obrazovanja i rad u struci

Stečeni nivo obrazovanja / Rad u struci	Da	Ne	Nije primenljivo
Gimnazija	5,8%	26,1%	68,1%
Srednja škola	16,4%	32,7%	50,9%
Visoka škola	50,0%	33,3%	16,7%
Fakultet – osnovne studije	41,0%	36,9%	22,1%
Fakultet – master studije	51,9%	32,9%	15,2%
Fakultet – doktorske studije	83,3%	16,7%	0,0%

Ispitanici sa završenom srednjom školom (srednja stručna škola i gimnazija) čine oko 20% uzorka – među njima, manji je procenat onih koji rade u struci. Takođe, više od polovine njih smatra da na ovo pitanje ne mogu dati odgovor, što možemo protumačiti njihovim neaktivnim statusom na tržištu rada.

Kada su u pitanju ispitanici sa završenom visokom školom, više je onih koji su zaposleni u struci u odnosu na one koji nisu.

Kod fakultetski obrazovanih milenijumaca (osnovne, master i doktorske studije), takođe je više onih koji su zaposleni u struci. I među ovom grupom ispitanika ima onih koji smatraju da ne mogu dati odgovor na ovo pitanje, što verovatno možemo objasniti činjenicom da su njihove studije i dalje u toku ili da još uvek nisu pronašli posao.

3.2. Relacija – Rad u struci i mišljenje o primenljivosti znanja stečenog formalnim obrazovanjem

Rad u struci / Mišljenje o primenljivosti znanja stečenog formalnim obrazovanjem	U potpunosti	Delimično	Nedovoljno	Ni malo
Da	13,6%	57,0%	27,5%	1,9%
Ne	6,4%	52,1%	37,2%	4,3%
Nije primenljivo	6,8%	48,7%	38,6%	5,9%

Među onima koji trenutno rade u struci, 57% smatra da je znanje koje su stekli formalnim obrazovanjem delimično primenljivo, dok njih 13,6% smatra da je ono u potpunosti primenljivo. Brine podatak da gotovo trećina ispitanika (29,4%) smatra da je njihovo znanje nedovoljno, odnosno ni malo primenljivo.

Slična je situacija sa onima koji ne rade u struci. 52,1% njih se odlučilo za odgovor „Delimično“, 41,5% za „Nedovoljno“ i „Ni malo“, a 6,4% mišljenja je da je njihovo znanje stečeno kroz formalno obrazovanje u potpunosti primenljivo.

Za ovakvu distribuciju odgovora možemo reći da je očekivana imajući u vidu temu aktuelnu poslednjih godina – primenljivost znanja stečenog kroz formalni sistem obrazovanja, tačnije reformu školstva i približavanje teoretski stečenog znanja praksi.

U proceni kvaliteta obrazovanja u Srbiji, mladi su prema istom kritički nastrojeni: većina (45,6%) je polovično zadovoljna, dok zadovoljnih (27,7%) i nezadovoljnih (25,6%) ima skoro podjednako (*Tomanović, S. i Stanojević, D., Mladi u Srbiji 2015: 28*). Opšte zamerke mladih obrazovnim sistemu u Srbiji jesu neusklađenost tržišta rada i obrazovanja, kao i nedostatak prakse. S obzirom da preko polovine (57,1%) mladih nije tokom školovanja imalo nikakvu stručnu praksu, razumljivo je što se njihova najčešća kritika obrazovanju odnosi na

nedostatak prakse – nepovezivanje gradiva sa veštinama i aktivnostima profesije. Ne podstiče se razmišljanje i otvorena diskusija (*Istraživanje o potrebama mladih u Srbiji, 2015: 11*).

Pored nezadovoljstva znanjima koja dobijaju u toku školovanja, milenijumci smatraju da je i sam odlazak u instituciju obrazovanja veoma stresan za njih. Školska svakodnevnica je stresnija za srednjoškolce i studente nego za postdiplomce (*Tomanović, S. i Stanojević, D., Mladi u Srbiji 2015: 28*).

Pored ova dva problema, u našem sistemu formalnog obrazovanja, pojavljuje se još jedan – neprimenljivost obimnog znanja, koje je potvrđeno različitim internacionalnim testiranjima. Na PISA* testiranju 2003. i 2006. Srbija je ispod OECD proseka u sve četiri kategorije (*Neophodni koraci u reformi obrazovanja u Srbiji, 2007: 2*). Skoro 30% učenika iz Srbije je po pismenosti bilo na najnižem nivou. Takođe, poražavajući podatak je da se u našem sistemu obrazovanja ništa ne menja pa rezultati ostaju isti (*Neophodni koraci u reformi obrazovanja u Srbiji, 2007*).

* PISA istraživanja ili PISA testiranja (Programme for International Student Assessment) međunarodna su istraživanja procena znanja i veština petnaestogodišnjih učenika pod pokroviteljstvom OECD-a. Osnovana su s ciljem ocenjivanja nivoa obrazovanja među mladima u glavnim industrijskim zemljama.

3.3. Relacija – Mišljenje o najadekvatnijim načinima za usavršavanje znanja i mišljenje o primenljivosti znanja stečenog formalnim obrazovanjem

Mišljenje o najadekvatnijim načinima za usavršavanje znanja / Mišljenje o primenljivosti znanja stečenog formalnim obrazovanjem	U potpunosti	Delimično	Nedovoljno	Ni malo
Rad u multifunkcionalnim / projektnim timovima u zemlji	9,7%	53,0%	32,4%	4,9%
Rad u multifunkcionalnim / projektnim timovima u inostranstvu	12,4%	51,6%	32,0%	4,0%
Obuke i seminari u zemlji	3,8%	53,2%	41,8%	1,3%
Obuke i seminari u inostranstvu / sa stranim predavačima	8,6%	62,4%	25,8%	3,2%
Rad sa mentorom u organizaciji	6,5%	48,7%	41,2%	3,5%
Dodatno formalno obrazovanje (poslediplomske studije, specijalistički kursevi)	7,7%	69,2%	20,5%	2,6%
Nije primenljivo	18,2%	36,4%	36,3%	9,1%

Milenijumci su složni kada je reč o načinima za usavršavanje znanja, bez obzira na stepen primenljivosti stečenog znanja u formalnom obrazovanju. Većina njih ističe rad u multifunkcionalnim / projektnim timovima kao najpoželjniji vid usavršavanja, s tim što takav angažman u inostranstvu prednjači u odnosu na rad u zemlji.

Rad sa mentorima unutar organizacije sledeći je najčešći izbor među ispitanicima, što možda možemo objasniti željom milenijumaca da teorijsko znanje upotrebe u praksi uz pomoć eksperata. Pretpostavljamo da bi rad sa mentorima bio posebno koristan onima koji su na početku karijere, odnosno nemaju praktično iskustvo – na taj način se omogućava brže usvajanje početnih znanja i lakša socijalizacija. Dobro osmišljeni mentoring programi svakako su karakteristika posla kojom je, između ostalog, moguće privući milenijumce – treba posebno biti obazriv kada je u pitanju

sprovedenje programa, imajući u vidu značaj i upotrebu tehnologije u njihovom svakodnevnom životu.

Možda očekivano, dodatno formalno obrazovanje je najređe birani oblik usavršavanja, pa čak i među onima koji smatraju da je njihovo znanje stečeno kroz formalno obrazovanje u potpunosti primenljivo u praksi. Želja za sticanjem praktičnog iskustva još jednom je došla do izražaja i svakako bi uvođenje praktične nastave u srednje škole i na fakultete bila dobra ideja, tvrde milenijumci.

Ovi rezultati svakako imaju najviše veze sa prethodno pomenutim istraživanjima o potrebama mladih kada je u pitanju obrazovanje, kao i reformom obrazovanja. Jasno je da oni ne žele da se vraćaju u sistem obrazovanja koji shvataju kao vrlo stresan, a gde ne dobijaju praktična i primenljiva znanja.

Analizirajući komentare ispitanika, uočili smo da milenijumci pored toga što smatraju da praktična nastava nije dovoljno zastupljena u formalnom obrazovanju to vide i kao potencijalnu prepreku prilikom zapošljavanja. To može biti i razlog zbog koga se čak i grupa ispitanika koja smatra da je njihovo znanje potpuno primenljivo, odlučuje za druge, praktične vidove usavršavanja.

3.4. Relacija – Izbor između domaće i multinacionalne kompanije i neophodne veštine

Izbor između domaće i multinacionalne kompanije / Neophodne veštine	U multinacionalnoj kompaniji	U domaćoj kompaniji
Odlučnost	55,5%	58,3%
Taktičnost	30,3%	32,5%
Principijelnost	22,5%	27,6%
Doslednost	47,3%	40,4%
Iskrenost	39,8%	40,2%
Disciplina	66,9%	65,4%
Kreativnost	49,4%	56,2%
Vizionarstvo	23,7%	28,4%
Stručnost	73,7%	73,0%
Organizacione sposobnosti	65,9%	65,3%
Prilagodljivost	65,9%	66,4%
Veštine građenja međuljudskih odnosa	72,0%	62,7%
Veštine prezentovanja i javnog nastupa	36,0%	36,5%
Nešto drugo	4,0%	3,7%

Pretpostavili smo da će ovo biti interesantna relacija, odnosno da će postojati razlike u mišljenju prilikom izbora veština. Ipak, milenijumci su složni kada je reč o izboru neophodnih veština koje svaki zaposleni treba da posедуje, bez obzira na to da li se odlučuju za rad u multinacionalnoj ili domaćoj kompaniji.

3.5. Relacija – Izbor između uloge lidera i istraživača / inovatora i neophodne veštine

Izbor između uloge lidera i istraživača / inovatora / Neophodne veštine	Istraživač / inovator	Lider
Odlučnost	52,5%	62,8%
Taktičnost	32,2%	29,9%
Principijelnost	24,9%	23,8%
Doslednost	44,4%	43,3%
Iskrenost	41,8%	36,3%
Disciplina	65,8%	67,1%
Kreativnost	57,8%	45,1%
Vizionarstvo	25,5%	26,7%
Stručnost	73,9%	72,1%
Organizacione sposobnosti	62,9%	68,3%
Prilagodljivost	64,8%	67,4%
Veštine građenja međuljudskih odnosa	65,8%	70,6%
Veštine prezentovanja i javnog nastupa	36,3%	35,2%
Nešto drugo	3,5%	4,6%

Kao što je prethodno pomenuto, milenijumci ne prave značajnu razliku između uloge lidera i istraživača / inovatora i smatraju ove uloge komplementarnim. U skladu sa tim, često se i oni koji bi radije bili lideri i oni koji bi radije bili istraživači / inovatori odlučuju za slične veštine / osobine.

Ipak, u malo većem procentu istraživači / inovatori se odlučuju za kreativnost i stručnost, a lideri za odlučnost, organizacione sposobnosti i veštine građenja međuljudskih odnosa, što je potpuno u skladu sa očekivanjima koje podrazumevaju ove uloge.

4. KOMPARACIJA

Pošli smo od pretpostavke da trenutni status ispitanika (student, zaposlen student, zaposlen i nezaposlen) utiče na izbor odgovora prilikom popunjavanja upitnika i da će uočene razlike biti korisne i interesantne (budućim) poslodavcima prilikom kreiranja strategija za privlačenje, razvoj, ali i zadržavanje milenijumaca.

U daljem tekstu vam prikazujemo rezultate upitnika prikazane po izdvojenim grupama ispitanika.

4.1. Socio-demografske karakteristike po grupama ispitanika

4.1.1. Studenti

Pol:

Muški	23,1%
Ženski	76,9%

Među studentima, kao što je slučaj i sa ostalim kategorijama, najviše je ispitanika ženskog pola i to 76,9%, a 23,1% studenata muškog pola.

Stečeni nivo obrazovanja:

Gimnazija	22,3%
Srednja škola	30,0%
Visoka škola	1,8%
Fakultet – osnovne studije	36,3%
Fakultet – master studije	9,5%
Fakultet – doktorske studije	0,0%

Kada je reč o obrazovnoj strukturi ove grupe, 52,3% ispitanika je na osnovnim studijama (iz tog razloga su odabrali odgovore „Gimnazija“ i „Srednja škola“), dok se 47,6% njih odlučilo za dalje usavršavanje i

nastavak studija (oni koji su odabrali odgovore „Visoka škola“, „Fakultet-osnovne studije“, „Fakultet-master studije“).

U kom gradu ste završili poslednji stepen obrazovanja?

Subotica	0,4%
Novi Sad	15,4%
Beograd	53,5%
Kragujevac	2,6%
Niš	0,7%
Neki drugi grad	27,4%

Većina studenata je poslednji stepen obrazovanja završila u Beogradu (53,5%), dok je malo više od četvrtine njih (27,4%) poslednji stepen obrazovanja završilo u gradovima koje nismo ponudili kao odgovor.

4.1.2. Zaposleni studenti

Pol:

Muški	27,7%
Ženski	72,3%

U našem uzorku nismo zanemarili studente koji rade. Pretpostavljamo da se studenti odlučuju na rad uz studije kako bi se bar delimično finansijski osamostalili, zaradili dodatni džeparac ili platili troškove studiranja i uopšte studentskog života. U toj kategoriji, kao i u prethodnoj, više od 70% čine žene (72,3%), dok je muškaraca malo više od četvrtine (27,7%).

Stećeni nivo obrazovanja:

Gimnazija	9,8%
Srednja škola	20,7%
Visoka škola	2,4%
Fakultet – osnovne studije	46,4%
Fakultet – master studije	20,7%
Fakultet – doktorske studije	0,0%

Kada je reč o obrazovnoj strukturi studenata koji rade, većina njih (69,5%) odlučila se za dalje usavršavanje i nastavak studija (oni koji biraju odgovore „Visoka škola“, „Fakultet-osnovne studije“, „Fakultet-master studije“).

U kom gradu ste završili poslednji stepen obrazovanja?

Subotica	0,0%
Novi Sad	14,5%
Beograd	63,9%
Kragujevac	3,6%
Niš	1,2%
Neki drugi grad	16,8%

Većina ispitanika je poslednji stepen obrazovanja završila u Beogradu (63,9%), zatim u nekom od gradova koji nisu navedeni (16,8%), dok Novi Sad zauzima treće mesto (14,5%).

U kom gradu radite?

Subotica	0,0%
Novi Sad	12,1%
Beograd	73,5%
Kragujevac	4,8%
Niš	0,0%
Neki drugi grad	9,6%

U našem uzorku, najviše zaposlenih studenata radi u Beogradu (73,5%), zatim u Novom Sadu (12,1%) dok ostali rade u nekom drugom gradu (9,6%). Moramo primetiti da u uzorku nemamo zaposlene studente koji rade u Nišu i Subotici, dok u istom uzorku postoji određen procenat, iako mali, onih koji su poslednji stepen obrazovanja završili u nekom od ova dva grada.

Da li radite u struci?

Da	72,3%
Ne	27,7%

Iako možda nismo očekivali, najviše zaposlenih studenata radi u struci, njih 72,3%. Mislimo da su ovo dobre vesti. Samo trećina njih ne radi u struci, pa pretpostavljamo da su to oni studenti koji rade kako bi se finansijski osamostalili. Sa druge strane, ovoliki procenat onih koji rade u struci može biti povezan i sa volonterskim radom i praksama, kao i zaposlenjem uz novčanu nadoknadu.

4.1.3. Zaposleni**Pol:**

Muški	29,2%
Ženski	70,8%

Među zaposlenima u našem uzorku ima 70,8% žena i 29,2% muškaraca.

Stećeni nivo obrazovanja:

Gimnazija	1,1%
Srednja škola	3,5%
Visoka škola	3,5%
Fakultet – osnovne studije	44,3%
Fakultet – master studije	46,8%
Fakultet – doktorske studije	0,8%

Ubedljivo je najviše onih sa završenim fakultetom (osnovne/ master / doktorske studije) – 91,9%, dok 4,6% ispitanika ima završenu srednju školu (gimnazija i srednja stručna škola) i 3,5% visoku školu.

U kom gradu ste završili poslednji stepen obrazovanja?

Subotica	0,3%
Novi Sad	18,9%
Beograd	70,5%
Kragujevac	2,2%
Niš	1,6%
Neki drugi grad	6,5%

Većina ispitanika je poslednji stepen obrazovanja završila u Beogradu (70,5%), zatim u Novom Sadu (18,9%) i ostalim gradovima (10,5%).

U kom gradu radite?

Subotica	0,8%
Novi Sad	12,4%
Beograd	73,0%
Kragujevac	0,8%
Niš	0,8%
Neki drugi grad	12,2%

U našem uzorku, najviše zaposlenih je u Beogradu (73%), zatim u Novom Sadu (12,4%) dok ostali rade u drugim gradovima u Srbiji (14,6%).

Da li radite u struci?

Da	65,8%
Ne	34,2%

Većina zaposlenih radi u struci, njih 65,8%.

4.1.4. Nezaposleni

Pol:

Muški	26,5%
Ženski	73,5%

Među nezaposlenima u našem uzorku ima 73,5% žena i 26,5% muškaraca.

Stečeni nivo obrazovanja:

Gimnazija	0,0%
Srednja škola	1,5%
Visoka škola	3,7%
Fakultet – osnovne studije	39,7%
Fakultet – master studije	54,4%
Fakultet – doktorske studije	0,7%

Najveći broj nezaposlenih u našem uzorku ima završen fakultet (osnovne / master / doktorske studije), njih 94,8%. Visoku školu je završilo 3,7% ispitanika, a srednju (gimnazija i srednja stručna škola) 1,5%.

U kom gradu ste završili poslednji stepen obrazovanja?

Subotica	1,5%
Novi Sad	19,1%
Beograd	69,8%
Kragujevac	4,4%
Niš	0,7%
Neki drugi grad	4,5%

Ispitanici koji čine grupu nezaposlenih u najvećem broju su poslednji stepen obrazovanja završili u Beogradu, njih 69,8%. 19,1% nezaposlenih je poslednji stepen obrazovanja završilo u Novom Sadu, a 4,4% u Kragujevcu.

4.2. Uporedni prikaz po grupama ispitanika

Da li biste se preselili iz većeg u manji grad zbog posla?

Trenutni status	Da	Zависи od uslova	Ne
Student	25,3%	63,0%	11,7%
Zaposlen/a – student	20,5%	62,6%	16,9%
Zaposlen/a	21,9%	65,4%	12,7%
Nezaposlen/a	29,4%	61,0%	9,6%

Kada je u pitanju spremnost ispitanika da zbog posla promene mesto stanovanja, nisu primetne značajnije razlike između grupa, kao ni razlike u odnosu na opšte mišljenje uzorka milenijumaca – za većinu njih odlučujući faktor su uslovi. Posebno nas je zanimalo da utvrdimo da li postoje razlike u mišljenju između zaposlenih i nezaposlenih kada je u pitanju mobilnost u cilju zaposlenja. Od svih grupa, najveći procenat nezaposlenih spreman je na preseljenje. Ovo nas nije iznenadilo i pretpostavljamo da je razlog tome želja za zaposlenjem i spremnost da se zbog istog presele i u drugi grad.

U kojoj meri je prema vašem mišljenju znanje koje ste stekli kroz formalno obrazovanje primenljivo u praksi?

Trenutni status	U potpunosti	Delimično	Nedovoljno	Ni malo
Student	5,1%	51,5%	39,0%	4,4%
Zaposlen/a – student	12,2%	63,4%	23,2%	1,2%
Zaposlen/a	10,3%	55,4%	30,5%	3,8%
Nezaposlen/a	11,8%	43,8%	40,7%	3,7%

Slično kao u prethodnom pitanju, milenijumci su složni kada je u pitanju primenljivost znanja koje su stekli formalnim obrazovanjem.

Raduje nas činjenica da najveći procenat zaposlenih studenata smatra da je njihovo znanje stečeno formalnim obrazovanjem u potpunosti i delimično primenljivo u praksi, s obzirom da oko 70% radi u struci i svoja znanja zaista primenjuje u praksi.

Možda očekivano, nezaposleni su grupa koja svoje formalno obrazovanje smatra najmanje primenljivim. Ovo možemo objasniti poteškoćama na koje nailaze prilikom traženja zaposlenja ili eventualnog gubitka posla usled neusklađenosti znanja sa očekivanjima poslodavaca. Pretpostavljamo da među nezaposlenima ima i onih koji do sada nikada nisu bili zaposleni, pa njihovo nezadovoljstvo formalnim obrazovanjem, kao i nezadovoljstvo studenata, možemo objasniti njihovim neiskustvom na tržištu rada i osećajem nesigurnosti zbog nedostatka praktičnih i primenljivih znanja.

U kojoj meri vam vaše dosadašnje formalno obrazovanje pruža mogućnost da izgradite željenu karijeru?

Trenutni status	U potpunosti	Delimično	Nedovoljno	Ni malo
Student	7,7%	52,6%	34,9%	4,8%
Zaposlen/a – student	15,8%	53,7%	29,3%	1,2%
Zaposlen/a	16,0%	53,1%	25,2%	5,7%
Nezaposlen/a	10,3%	45,6%	33,8%	10,3%

Pretpostavljamo da su naši ispitanici prilikom izbora profesije (srednja škola / fakultet) nastojali da povećaju svoje šanse za zaposlenje i izgradnju željene karijere izborom obrazovnog profila koji je u tom trenutku bio „popularan“. Ne smemo zanemariti promene na tržištu i sve veću upotrebu modernih tehnologija koje utiču na stvaranje novih i nestanak nekih starih zanimanja. U skladu sa tim, postavlja se pitanje da li je trenutni status ispitanika posledica njihovog izbora zanimanja s obzirom da zaposleni i zaposleni studenti u nešto većoj meri smatraju da im njihovo formalno obrazovanje omogućava da izgrade željenu karijeru, što može biti interesantna tema za dalja istraživanja.

Na koji način mislite da bi najadekvatnije proširili / usavršili svoja znanja?

Trenutni status	Rad u multifunkcionalnim / projektnim timovima u zemlji	Rad u multifunkcionalnim / projektnim timovima u inostranstvu	Obuke i seminari u zemlji	Obuke i seminari u inostranstvu / sa stranim predavačima	Rad sa mentorom u organizaciji	Dodatno formalno obrazovanje (poslediplomske studije, specijalistički kursevi)	Nije primenljivo
Student	20,1%	25,3%	11,4%	11,7%	23,8%	6,2%	1,5%
Zaposlen/a – student	21,9%	25,6%	12,2%	13,4%	23,2%	3,7%	0,0%
Zaposlen/a	21,9%	36,9%	8,1%	10,3%	19,3%	3,0%	0,5%
Nezaposlen/a	23,0%	18,5%	6,7%	8,9%	33,3%	5,9%	3,7%

Rad u multifunkcionalnim / projektnim timovima se izdvojio kao najčešće birana opcija za usavršavanje od strane zaposlenih – takođe oni su pokazali veću želju da takvo iskustvo steknu u inostranstvu.

Slična je situacija i sa zaposlenim studentima, ali su oni u manjoj meri spremni da na usavršavanje odu u inostranstvo, što se poklapa sa opštom slikom uzorka.

Nezaposleni se najradije opredeljuju za rad sa mentorom unutar organizacije, što možda možemo pripisati nedovoljnom iskustvu na tržištu rada i nespremnošću za samostalan rad. Iskustvo i nadzor iskusnijeg kolege im može olakšati sticanje neophodnog znanja i sigurnosti za obavljanje posla.

Iako se najmanji broj ispitanika opredelio za sticanje dodatnog formalnog obrazovanja, studenti su grupa koja se u najvećem procentu odlučuje za ovaj vid usavršavanja. Analizom komentara izdvaja se mišljenje da ova grupa ispitanika smatra da višim stepenom formalnog obrazovanja ujedno povećavaju i svoje mogućnosti za zaposlenje.

Šta su po vama veštine koje svaki zaposleni treba da poseduje?

Trenutni status	Student	Zaposlen/a – student	Zaposlen/a	Nezaposlen/a
Odlučnost	57,3%	54,2%	58,9%	50,7%
Taktičnost	26,1%	22,9%	38,6%	27,2%
Principijelnost	26,8%	22,9%	21,6%	30,9%
Doslednost	41,5%	49,4%	42,9%	48,5%
Iskrenost	36,8%	42,2%	39,2%	46,3%
Disciplina	68,0%	60,2%	65,9%	67,6%
Kreativnost	55,5%	44,6%	50,3%	57,3%
Vizionarstvo	26,8%	14,5%	28,1%	27,2%
Stručnost	72,4%	67,5%	71,6%	83,1%
Organizacione sposobnosti	64,7%	55,4%	69,2%	61,8%
Prilagodljivost	66,2%	57,8%	67,3%	67,6%
Veštine građenja međuljudskih odnosa –				
Veštine prezentovanja i javnog nastupa	41,9%	33,7%	32,4%	36,8%
Nešto drugo	4,0%	8,4%	3,2%	3,7%

I kod ovog pitanja uočavamo sličnost u stavu zaposlenih i zaposlenih studenata. Obe grupe ističu veštine građenja međuljudskih odnosa kao najznačajnije za svakog zaposlenog. Pretpostavljamo da oni koji rade razumeju koliko je važno, a ponekad i teško izgraditi dobre međuljudske odnose na radnom mestu. Najmanje birani odgovor zaposlenih je principijelnost, dok zaposleni studenti u najmanjoj meri smatraju da je vizionarstvo neophodno za sve zaposlene.

Grupa nezaposlenih ispitanika smatra da je stručnost od najvećeg značaja za svakog zaposlenog. Sa druge strane, taktičnost i vizionarstvo su osobine koje smatraju najmanje važnim.

U skladu sa njihovim trenutnim statusom, ne čudi što najveći procenat studenata bira disciplinu kao najznačajniju karakteristiku zaposlenih.

Kada je reč o najmanje biranim odgovorima, ova grupa se ne razlikuje u odnosu na prethodne.

U kojoj meri su vam sledeće karakteristike posla važne:
(1=nimalo važno, 5= veoma važno)

Trenutni status	Student	Zaposlen/a – student	Zaposlen/a	Nezaposlen/a
Brzo napredovanje	16,6%	19,3%	17,9%	16,9%
Razmišljanje i lični pečat	41,2%	43,4%	46,0%	28,7%
Pomaganje ljudima	33,1%	34,9%	28,8%	34,3%
Stalno razvijanje i usavršavanje	73,5%	74,7%	72,0%	64,4%
Stabilnost i posao bez stresa	45,6%	38,5%	35,0%	54,8%
Rad u timu	12,5%	15,8%	18,9%	17,8%
Jednostavnost i lakoća u obavljanju posla	8,5%	7,3%	12,1%	19,1%
Kreativnost i dinamičnost	41,3%	45,1%	42,6%	38,2%

* U tabeli su prikazani rezultati samo za ocenu 5 za svaku grupu ispitanika

Kada govorimo o karakteristikama posla koje ispitanici smatraju najvažnijima, sve grupe su ponovo usaglašene i kao ubedljivo najvažnije izdvajaju stalno razvijanje i posao bez stresa. Iz tabele možemo primetiti da zaposleni i zaposleni studenti važnim smatraju razmišljanje i lični pečat, kao i kreativnost i dinamičnost posla, dok nezaposleni i studenti, očekivano, više cene stabilnost i posao bez stresa.

Najmanje važnim pokazale su se jednostavnost i lakoća u obavljanju posla i brzo napredovanje, što nije u skladu sa svetskim trendovima, kako smo već napomenuli.

Da li biste radije bili istraživač / inovator ili lider?

Trenutni status	Istraživač / inovator	Lider
Student	60,1%	39,9%
Zaposlen/a – student	59,0%	41,0%
Zaposlen/a	57,9%	42,1%
Nezaposlen/a	63,4%	36,6%

Odlučujući se između uloge lidera i istraživača / inovatora odgovori pojedinačnih grupa ne odstupaju značajnije od ukupnog uzorka milenijumaca. Međutim, ne možemo sa sigurnošću tvrditi da će se milenijumci pre opredeliti za ulogu istraživača / inovatora imajući u vidu njihovo komplementarno shvatanje ove dve uloge.

Da li biste više voleli da imate mali tim sa limitiranim budžetom i punom autonomijom ili veliki tim, dobar budžet, ali složeniji proces odlučivanja?

Trenutni status	Mali tim sa limitiranim budžetom i punom autonomijom	Veliki tim, dobar budžet i složeniji proces odlučivanja
Student	55,6%	44,4%
Zaposlen/a – student	61,7%	38,3%
Zaposlen/a	59,2%	40,8%
Nezaposlen/a	57,0%	43,0%

Odgovori na ovo pitanje se takođe značajnije ne razlikuju između pojedinačnih grupa, kao ni u odnosu na opšte mišljenje uzorka, pa tako većina njih, bez obzira na trenutni status bira mali tim sa limitiranim budžetom i punom autonomijom.

Da li mislite da postoje nerešive poslovne situacije?

Trenutni status	Da	Ne	Nemam stav
Student	9,2%	66,9%	23,9%
Zaposlen/a – student	6,0%	77,1%	16,9%
Zaposlen/a	9,7%	82,4%	7,9%
Nezaposlen/a	8,1%	71,3%	20,6%

Zanimalo nas je da uporedimo kako razmišljaju različite grupe ispitanika na temu nerešivosti poslovnih situacija. Pitanje je vrlo generalno, ali donekle može da proveri optimizam i samopouzdanje studenata, zaposlenih i nezaposlenih. Iz tabele vidimo da ne postoje velike razlike. Među onima koji smatraju da nerešive situacije ne postoje najbrojniji su zaposleni (82,4%%) i zaposleni studenti (77,1%). Očekivano, od svih grupa, studenti su najneodlučniji, pa tako jedna četvrtina njih nema stav o ovom pitanju, što možemo objasniti njihovim neiskustvom.

Da možete da birate da li biste:

Trenutni status	Student	Zaposlen/a – student	Zaposlen/a	Nezaposlen/a
Pokrenuli svoj biznis	17,7%	26,8%	28,4%	19,3%
Radili u jakoj domaćoj kompaniji	14,0%	7,3%	9,0%	19,3%
Radili u multinacionalnoj kompaniji	19,2%	19,5%	24,4%	18,4%
Otišli da živite i radite u inostranstvo	5,2%	11,0%	12,5%	9,6%
Otišli na usavršavanje u inostranstvo, a zatim tamo nastavili karijeru	24,7%	20,7%	12,5%	23,1%
Otišli na usavršavanja u inostranstvo, a zatim se vratili u Srbiju	19,2%	14,7%	13,2%	10,3%

U pogledu narednih koraka u karijeri vidimo jasne razlike u mišljenju između grupa ispitanika i to sa jedne strane zaposlenih (zaposleni i

zaposleni studenti) i nezaposlenih (nezaposleni i studenti). Oni koji trenutno rade, najradije bi pokrenuli sopstveni biznis (preko četvrtine ispitanika), dok se najmanji broj odlučio za rad u jakoj domaćoj kompaniji.

Sa druge strane, nezaposleni i studenti se najčešće opredeljuju za odlazak na usavršavanje i nastavak karijere u inostranstvu.

Šta vam je najvažnije kod (budućeg) poslodavca?

(1=nimalo važno, 5= veoma važno)

Trenutni status	Student	Zaposlen/a – student	Zaposlen/a	Nezaposlen/a
Dobra zarada	35,5%	30,1%	40,6%	41,2%
Lični razvoj	72,1%	79,5%	76,0%	65,4%
Brzo napredovanje	24,3%	17,5%	20,2%	19,1%
Mogućnost rada u inostranstvu	25,5%	19,7%	18,7%	19,1%
Etičnost	56,8%	55,6%	49,7%	65,4%
Jasno definisana korporativna kultura	31,0%	31,7%	28,7%	31,6%
Sloboda u razmišljanju	58,9%	53,0%	54,2%	44,8%
Sloboda u odlučivanju u domenu mojih odgovornosti	52,0%	43,4%	53,1%	44,8%
Fleksibilno radno vreme	20,6%	19,5%	19,4%	20,6%

* U tabeli su prikazani rezultati samo za ocenu 5 za svaku grupu ispitanika

Sve grupe ispitanika su saglasne da je lični razvoj najvažniji kod (budućeg) poslodavca. Pored toga, u skladu sa opštim mišljenjem uzorka, kao važnim karakteristikama izdvajaju se još sloboda u razmišljanju i odlučivanju, ali i etičnost. Najmanje važnim pokazali su se brzo napredovanje, mogućnost rada u inostranstvu i fleksibilno radno vreme.

Da li biste više voleli da radite u poznatoj multinacionalnoj kompaniji ili maloj domaćoj firmi koju biste mogli da razvijate?

Trenutni status	U multinacionalnoj kompaniji	U domaćoj kompaniji
Student	50,4%	49,6%
Zaposlen/a – student	57,3%	42,7%
Zaposlen/a	60,1%	39,9%
Nezaposlen/a	50,8%	49,2%

Iz Tabele vidimo da generalno sve grupe ispitanika žele da rade u multinacionalnoj kompaniji pre nego u domaćoj. Međutim, primećujemo i da je kod studenata, zaposlenih studenata i nezaposlenih jako mala razlika u procentima. Jedina veća razlika je kod zaposlenih koji bi u većoj meri želeli da rade u multinacionalnoj kompaniji – njih 60,1%, u odnosu na 39,9% onih koji bi radije radili u domaćoj kompaniji i na taj način se razvijali.

Kako zamišljate sebe za 10-15 godina?

Trenutni status	Student	Zaposlen/a – student	Zaposlen/a	Nezaposlen/a
Kao priznatog stručnjaka u svojoj oblasti	59,0%	69,6%	54,9%	55,2%
Kao direktora velike kompanije	3,7%	7,3%	10,0%	4,4%
Kao vlasnika sopstvene kompanije	17,9%	13,4%	23,6%	18,4%
Na visokoj funkciji u javnom sektoru	8,8%	7,3%	5,1%	11,0%
Kao medijski poznatu ličnost	1,4%	1,2%	1,1%	2,2%
Nešto drugo	9,2%	1,2%	5,4%	8,8%

Uglavnom ne postoje razlike između grupa ispitanika kada je reč o njihovoj profesionalnoj budućnosti. Svi oni sebe, kroz 10 do 15 godina, vide kao stručnjake u svojoj oblasti. Kompanija u sopstvenom vlasništvu sledeći je izbor milenijumaca, bez obzira na trenutni status.

Šta vas najviše brine kad je u pitanju vaša profesionalna budućnost?

Trenutni status	Student	Zaposlen/a – student	Zaposlen/a	Nezaposlen/a
Da li ću moći da nađem / zadržim posao koji želim	49,4%	30,1%	25,7%	60,3%
Da li ću na poslu biti adekvatno nagrađen za svoj trud	9,9%	16,9%	22,2%	8,1%
Da li ću se uklopiti u postojeći tim	0,7%	3,6%	1,1%	0,0%
Da li ću moći da se razvijam u svojoj struci	18,0%	26,5%	23,3%	14,7%
Da li ću umeti da donosim ispravne odluke	9,9%	10,8%	9,8%	5,9%
Da li će mi posao brzo dosaditi	6,2%	6,0%	9,8%	4,4%
Da li ću brzo napredovati	2,6%	3,7%	5,4%	2,9%
Nešto drugo	3,3%	2,4%	2,7%	3,7%

Primećujemo da milenijumci bez obzira na trenutni status na tržištu rada slično razmišljaju. Sve grupe ispitanika imaju iste brige – da li će moći da zadrže posao i da li će moći da se razvijaju u struci. Ovo možemo objasniti stanjem u zemlji – velika stopa nezaposlenosti i otpuštanja mogu biti razlog ujednačenosti u odgovorima. Zanimljivo je da je najmanja briga milenijumaca uklapanje u postojeći tim, gde su se izdvojili nezaposleni, i u ovoj kategoriji nijedan ispitanik nije ovo identifikovao kao situaciju o kojoj bi razmišljao.

Koja industrija Vam se čini najperspektivnijom u Srbiji u narednih 10 godina?

Trenutni status	Student	Zaposlen/a – student	Zaposlen/a	Nezaposlen/a
IT	66,9%	72,3%	70,3%	73,5%
Agrar	11,1%	4,8%	9,7%	8,1%
Telekomunikacije	4,4%	7,2%	8,1%	1,5%
Saobraćaj	0,7%	1,2%	1,4%	0,7%
Mediji	2,6%	2,4%	0,8%	0,0%
Finansije	1,5%	4,9%	1,9%	2,2%
Proizvodnja	8,8%	2,4%	4,6%	8,1%
Nešto drugo	4,0%	4,8%	3,2%	5,9%

Zanimalo nas je kako milenijumci razmišljaju kada je reč o industriji koju vide kao najperspektivniju u Srbiji. Sve grupe ispitanika (oko 70%) smatraju da su to Informacione Tehnologije, koje su značajno bolje kotirane od drugih industrija. Razlog ovome može biti i činjenica da je jako mali broj nezaposlenih iz ove oblasti. Agrar je druga po redu najperspektivnija industrija kod zaposlenih, nezaposlenih i studenata (oko 10% u svakoj kategoriji), dok su prema zaposlenim studentima to telekomunikacije.

Kakvo je za vas idealno mesto za rad?

Trenutni status	Student	Zaposlen/a – student	Zaposlen/a	Nezaposlen/a
Rad od kuće	9,4%	3,6%	5,7%	7,6%
Tradicionalna kancelarija	42,3%	44,6%	39,0%	45,0%
Kancelarija gde svako ima pristup (open space)	28,1%	36,1%	29,2%	26,0%
Virtual office (bilo gde gde postoji kompjuter, internet konekcija i telefon)	20,2%	15,7%	26,1%	21,4%

Pripadnici ove generacije, bez obzira na trenutni status na tržištu rada, smatraju tradicionalnu kancelariju idealnim mestom za rad. Najmanje popularan je rad od kuće, pa se postavlja pitanje da li je to zbog nedostatka uslova ili još uvek tradicionalnog shvatanja posla na našim prostorima, na šta dodatno utiče naša nacionalna kultura koja je po svojoj prirodi kolektivistička i podrazumeva socijalnu interakciju.

Sfera u kojoj nalazite svoje uzore:

Trenutni status	Student	Zaposlen/a – student	Zaposlen/a	Nezaposlen/a
Sport	27,0%	36,3%	31,5%	30,8%
Estrada	1,5%	0,0%	1,1%	0,0%
Politika	11,2%	6,3%	6,8%	12,0%
Nauka	73,4%	57,5%	55,7%	66,2%
Biznis	39,4%	63,8%	56,8%	40,6%
Umetnost	41,3%	41,3%	30,4%	39,1%
Istorija	33,2%	28,8%	25,3%	22,6%

Očekivano, trenutni status ispitanika opredeljuje sferu u kojoj oni pronalaze svoje uzore. U skladu sa tim, biznis je sfera u kojoj zaposleni i zaposleni studenti najčešće nalaze svoje uzore, dok studenti i nezaposleni svoje uzore pronalaze u sferi nauke.

Koje servise na internetu najčešće koristite da se informišete?

Trenutni status	Student	Zaposlen/a – student	Zaposlen/a	Nezaposlen/a
Facebook	88,9%	81,9%	68,9%	79,4%
Twitter	14,4%	14,5%	13,6%	11,8%
Pinterest	12,9%	10,8%	9,5%	8,8%
On Line news	20,3%	26,5%	27,5%	22,8%
YouTube	60,5%	61,5%	48,0%	50,0%
Instagram	27,3%	31,3%	25,9%	15,4%
Reddit	3,7%	1,2%	1,6%	2,2%
Tumblr	3,0%	4,8%	1,1%	2,2%
LinkedIn	29,9%	50,6%	55,6%	39,0%
Nešto drugo	12,5%	14,5%	8,5%	12,5%

S obzirom na popularnost društvenih mreža, ne čudi što *Facebook* prednjači kao najčešće sredstvo informisanja među svim grupama ispitanika.

Među obe grupe zaposlenih ispitanika drugi po redu izvor informacija je *LinkedIn*, verovatno zbog tema i aktuelnosti iz biznisa koje se mogu pronaći na ovoj mreži.

Takođe, kod svih grupa visoko su rangirani *YouTube*, *On Line News* i *Twitter*.

Kako najčešće komunicirate sa kolegama / prijateljima?

Trenutni status	Student	Zaposlen/a – student	Zaposlen/a	Nezaposlen/a
SMS	69,8%	61,0%	47,0%	72,1%
Whats app / Viber	71,7%	63,4%	73,5%	55,2%
Facebook	69,1%	54,9%	39,5%	58,8%
Twitter	1,8%	1,2%	1,1%	0,7%
Razgovor preko mobilnog telefona	72,4%	74,4%	73,5%	70,6%
Susret uživo	73,2%	71,9%	72,2%	71,3%
E-mail	40,1%	43,9%	46,5%	47,1%
LinkedIn	4,8%	3,7%	7,0%	8,1%
Instagram	8,8%	11,0%	8,9%	5,9%
Nešto drugo	1,1%	1,2%	2,4%	1,5%

Imajući u vidu da je ova generacija odrasla u doba najveće tehnološke ekspanzije i da je njena upotreba u komunikaciji sve veća, raduje da naši milenijumci i dalje preferiraju susret uživo i razgovor preko mobilnog telefona kao najčešće vidove komunikacije sa prijateljima i kolegama.

5. PROFIL MILENIJUMCA



Obrazovanje:

- Posедуje visoko obrazovanje (završen fakultet / master / doktorske studije)
- Poslednji stepen obrazovanja stečen u Beogradu
- Ne vidi formalno obrazovanje kao dalji vid usavršavanja
- Formalno znanje koje je stečeno delimično je primenljivo u praksi
- Znanje stečeno formalnim obrazovanjem delimično mu / joj pruža mogućnost da izgradi željenu karijeru



Trenutni status:

- Zaposlen/a je
- Radi u Beogradu, u struci
- U zavisnosti od ponuđenih uslova rada preseljenje u manji grad dolazi u obzir



Karakteristike posla i neophodne veštine:

- Tradicionalnu kancelariju smatra idealnim mestom za rad
- Najradije se opredeljuje za poslodavca koji omogućava lični razvoj, slobodu u razmišljanju i odlučivanju i dobru zaradu
- Želi da radi u multinacionalnoj kompaniji
- Preferira da ima mali tim sa limitiranim budžetom i punom autonomijom
- Stručnost, veštine građenja međuljudskih odnosa, prilagodljivost, disciplina, organizacione sposobnosti i odlučnost su veštine / osobine koje smatra da svaki zaposleni treba da ima



Usavršavanje:

- Usavršavanje smatra jako važnim i radije bira usavršavanje kroz praksu (u organizaciji) nego kroz formalno i neformalno obrazovanje
- Najradije bi otišao/la na usavršavanje u inostranstvo



Ambicija:

- Najradije bi pokrenuo/la sopstveni biznis
- Pre bira ulogu istraživača / inovatora nego lidera
- Želi da bude priznati stručnjak u svojoj oblasti



Komunikacija:

- *Facebook* najčešće koristi kako izvor informacija
- Susret uživo i *Viber / WhatsApp* su sredstva komunikacije sa kolegama i prijateljima koja najčešće koristi



Uzori:

- Nauka i biznis su sfere gde nalazi svoje uzore



Pogled u budućnost:

- Najveća brige u pogledu profesionalne budućnosti su: zadržavanje posla koji želi, razvoj u struci, i da li će biti adekvatno nagrađen/a za svoj trud
- Smatra da će sektor Informacionih tehnologija za 10 godina biti najperspektivnija industrija

Napomena: Uzorak istraživanja je prigodan stoga ne može biti reprezentativan.

6. ZAKLJUČAK

Kao što smo na samom početku napomenuli potraga za talentima na bilo kom tržištu, teška je i izazovna i podrazumeva otkrivanje njihovih potreba. Savremenim razvojem, pre svega u nauci i tehnologiji, menjaju se i potrebe mladih ljudi. Neophodno je da upoznamo njihova interesovanja i želje, jer su oni nosioci ideja, promena i izvor konkurentske prednosti kompanija u budućnosti.

Šta su odlike prethodne generacije?

Pripadnici generacije X rođeni su u periodu između 1965. i 1979. godine, i ova generacija se smatra najmanje brojnom pa se čini da je njoj posvećeno najmanje pažnje. Generacija X iskusila je mnoge globalne krize, poput Černobila i pojave AIDS-a. Još jedno važno obeležje jeste i to da su njeni pripadnici vrlo rano počeli da napuštaju svoje primarne porodice, što ih je učinilo samostalnim, fleksibilnim i spremnim na rizik. Karakteristika ove generacije takođe je i otvoren bunt prema šefovima koji izdaju naređenja i kontrolišu i generalno prema svakoj vrsti autoriteta. Nisu se razvijali zajedno sa tehnologijom i savremenim oblicima komunikacije i odrasli su uz televizor i knjige.

Pripadnici generacije X sporije donose odluke, analitični su, imaju bogato radno iskustvo i, u odnosu na nove generacije, uspešnije balansiraju između privatnog i poslovnog života (*Krasulja i Radojević, 2016.*).

Šta su odlike milenijumaca?

Pripadnici milenijumske generacije rođeni su u periodu od 1980. godine pa nadalje (kod različitih autora može se naići na neusaglašenost po pitanju gornje granice – 2000., 2001. godina). Nazivaju ih različitim imenima – milenijumska generacija, generacija Y, digitalna generacija, “*feel good*” generacija, *Cyberkids*, sledeća

generacija, eho bumer generacija, net generacija i slično. Karakteristike ove generacije u potpunosti su uobličili internet i brz razvoj tehnologije, koju dobro poznaju – uz pomoć interneta traže rešenja, rešavaju probleme, komuniciraju sa okruženjem.

Što se tiče autoriteta, za razliku od prethodnih generacija, ova generacija jednostavno ignoriše menadžere koji komanduju i kontrolišu. Oni žele stil rukovođenja kojim se poštuje njihova ličnost, žele da menadžer pokaže poverenje i da im bude mentor i oslonac, a ne savetnik. Žele da im menadžer kaže šta treba da rade – a ne kako da rade, oni će iskoristiti svoju kreativnost i postići rezultat. Milenijumci žele da u potpunosti učestvuju u donošenju odluka. Vrednosti prethodnih generacija, kao što su poslovna etika, lojalnost i posvećenost, finansijski konzervativizam, dugoročno planiranje i sposobnost odlaganja zadovoljstva za milenijumce nemaju značaj. Ova generacija je u odnosu na prethodne najsamopouzdanija i najasertivnija, ali ujedno i najdepresivnija i najanksioznija, tvrdi Džin Tveng, profesorka psihologije na Univerzitetu u San Dijegu u svojoj knjizi „Ja generacija” (*Krasulja i Radojević, 2016.*).

Žele da rade na poslovima koji jasno doprinose ciljevima organizacije (laki i jednostavni poslovi im nisu izazovni), da se osećaju uvaženo i vrlo im je bitno da učestvuju u ostvarenju misije organizacije. U odnosu na prethodne generacije, poslodavcu jasno stavljaju do znanja da li su na poslu srećni ili ne, što u krajnjoj liniji, olakšava spoznaju njihovog sistema vrednosti.

Kakve smo rezultate dobili?

U Srbiji živi 1.818.383 pripadnika milenijumske generacije, svedoče rezultati poslednjeg popisa stanovništva (*Politika, Generacija kojoj je ukradena budućnost, 2016.*). Postavili smo mnogo pitanja, ali svakako smo mogli da postavimo još toliko. Najznačajnije do čega smo došli jeste da se milenijumci ne plaše rada, naprotiv – dosadan, lak i jednostavan posao može delovati demotivišuće za njih. Žele da se usavršavaju i kontinuirano razvijaju, a kada je reč o karijeri, cilj im je da budu priznati stručnjaci. Takođe, kod njih je izražen

preduzetnički duh, a posebno cene slobodu, kako u radu, tako i u odlučivanju. Ova generacija ne trpi autoritet, već traži *coaching* pristup i mentorstvo.

Velika stopa nezaposlenosti, nemogućnost zadržavanja posla i finansijska zavisnost boji razlike između milenijumaca u svetu i kod nas. Primetne razlike u odnosu na svetska istraživanja ne čude i posledica su različitosti nacionalnih kultura i standarda života u zemaljama iz kojih milenijumci dolaze, pa se tako dobijaju drugačiji rezultati u američkim i evropskim istraživanjima, kao i u istraživanjima rađenim u pojedinačnim zemljama, kakvo je naše. Različiti, pa ponekad i kontradiktorni, odgovori na iste teme ne umanjuju validnost ovakvih istraživanja.

Ono što milenijumce iz našeg uzorka razlikuje od njihovih vršnjaka u svetu, a nas je posebno iznenadilo, jeste izbor tradicionalne kancelarije kao idealnog mesta za rad i to što radije biraju susret uživo kada je u pitanju komunikacija sa prijateljima i kolegama.

S razlogom se nismo bavili životnim stilom milenijumaca – nismo želeli da ovo istraživanje bude prikaz milenijumske generacije u Srbiji, jer je takvih istraživanja mnogo. Cilj nam je bio da dublje analiziramo razmišljanja milenijumaca, ali i da damo poslodavcima priručnik kako da privuku, zadrže i razvijaju mlade talente.

Šta nam donosi nova Z generacija?

Možemo da pretpostavimo, na osnovu prethodnih istraživanja, da će generacija koja dolazi biti potpuno tehnološki pismena i koristiće najnovije tehnološke uređaje od najranijeg detinjstva, što će dovesti do smanjene komunikacije uživo, jer će im sve informacije biti odmah dostupne putem interneta. Ovo je generacija koja 2020. godine stupa na tržište rada, a spoljni faktori koji je oblikuju su rat protiv terorizma i razvoj “pametnih telefona” i društvenih mreža (*Šeligo, 2016: 6*). Oni će biti veoma ekološki osvešćeni i imaće odbojnost prema velikim korporacijama (*Šeligo, 2016: 16*).

Generacija Z će hijerarhiju i autoritet poštovati manje, a njeni pripadnici će želiti da imaju fleksibilno radno vreme, i slobodu u odlučivanju i radu više nego sve prethodne generacije. Vredno će raditi, ali neće imati problem da napuste posao ukoliko on nema smisla ili je postao neizazovan.

Na samom kraju, želimo da pozovemo na dalja istraživanja potreba i razmišljanja novih generacija, jer smatramo da samo ona kompanija / organizacija koja osluškuje potrebe i želje generacija koje dolaze, može sebi da obezbedi promene, inovativnost, kontinuirani razvoj i zadržavanje talenata. Ova tema je i nama veoma interesantna, tako da ćemo svakako nastaviti njome da se bavimo i da istražujemo koje nas to sve promene očekuju, kako bi se svi lakše i jednostavnije njima prilagodili.

7. O STANTON CHASE-u

Stanton Chase International je međunarodna specijalizovana *executive search* kompanija, koja koristeći ekspertizu svojih konsultanata nudi klijentima vrhunsku uslugu pronalaženja i procene najviših rukovodećih kadrova. Ono što nas čini posebnim je naše poznavanje svetskih, regionalnih i lokalnih kretanja na tržištu radne snage (kadrova), kao i pristup kandidatima iz svih zemalja sveta. Stanton Chase International je firma sa potpuno integrisanim sistemom od 75 kancelarija u 45 država sveta. Prema poslednjim istraživanjima u ovoj industriji, kompanija je rangirana među vodećih 10 međunarodnih *executive search* konsultantskih firmi po veličini, brzini razvoja i reputaciji. Među svojim klijentima firma je naročito cenjena zbog izuzetnog kvaliteta svog poslovanja, pre svega zbog uspešne poslovne procene u komplikovanom procesu pronalaženja i odabira vrhunskih rukovodećih kadrova.

Beogradska kancelarija Stanton Chase-a je na srpskom tržištu prepoznata kao kompanija koja pruža usluge najeminentnijim lokalnim i međunarodnim kompanijama, efikasno i na vreme, još od svog osnivanja 2005. godine. Naše iskustvo u celom regionu i različitim industrijama, kao i usluga u skladu sa zapadnim standardima čine nas kompetentnim dugoročnim partnerom kako na srpskom, tako i na tržištima bivših Jugoslovenskih republika – Hrvatske, Bosne i Hercegovine, Crne Gore i Makedonije. Ekspertizu našeg tima dokazuju uspešni projekti na svim hijerarhijskim nivoima, a karakterišu nas i rešenja prilagođena potrebama klijenata i posvećenost svakom projektu. Danas je Stanton Chase Beograd pozicioniran kao jedna od vodećih *executive search* kompanija u Srbiji.

Naš tim sačinjavaju konsultanti i istraživači specijalizovani za devet grana industrije. Posebno želimo da istaknemo da su naši konsultanti sticali znanja, veštine i iskustva radeći na rukovodećim pozicijama u industrijama za koje su specijalizovani.

Korišćenjem najsavremenije metodologije za procenu kompetenci i profila ličnosti (*on-line* psihometrijski testovi i strateške vežbe u formi poslovnih simulacija) obezbeđujemo uspešnu i brzu ocenu najboljih kandidata relevantnih za projektni zadatak.

8. O CENTRU ZA RAZVOJ KARIJERE BEOGRADSKOG UNIVERZITETA

Odluka o osnivanju Univerzitetskog Centra za razvoj karijere i savetovanje studenata doneta je na Sednici Saveta Univerziteta u Beogradu 5. decembra 2006. godine.

Centar je organizaciona jedinica Univerziteta u Beogradu i svečano je otvorio svoja vrata studentima svih fakulteta u sastavu Univerziteta u Beogradu 12. decembra 2006. godine u prostorijama na Pravnom fakultetu.

Od aprila 2008. godine Centar se nalazi u zgradi Rektorata Univerziteta u Beogradu (Kapetan Mišino Zdanje), na adresi Studentski Trg br. 1, Beograd.

Ideja o osnivanju Centra za razvoj karijere i savetovanja studenata u Srbiji realizovana je zahvaljujući inicijativi Fondacije Prestolonaslednika Aleksandra za kulturu i obrazovanje, i uspešnoj saradnji Univerziteta u Notingemu sa Univerzitetom u Beogradu.

Ključna uloga Centra je da pomaže studentima Univerziteta u Beogradu u razvoju onih znanja i veština koje će im biti od značaja pri zapošljavanju; da pomogne u sticanju radnog iskustva tokom studiranja i saznanja o svetu poslovanja, te da pripremi studenata za uspešni prelazak na sledeći nivo razvoja karijere nakon diplomiranja. To postiže na sledeće načine:

- Studentima omogućava pristup najnovijim informacijama o bitnim zanimanjima, poslodavcima i mogućnostima daljeg obrazovanja, kao i informacijama o aktuelnim slobodnim radnim mestima; pomaže im, takođe, da konstruktivno razmišljaju o datim mogućnostima.
- Objektivno i poverljivo daje savete studentima i upućuje ih u procese izbora karijere, i pomaže u sastavljanju i primeni realističnih planova za razvoj karijere.

- Organizuje radionice, kratke kurseve, razgovore i predstavljanja poslodavaca, u cilju boljeg razumevanja sveta poslovanja i savladavanja veština neophodnih za organizovanje i uspešno vođenje sopstvene karijere.
- Sarađuje sa fakultetima Univerziteta u Beogradu u podsticanju profesionalnog razvoja studenata i njihovih karijera.
- Pruža niz usluga poslodavcima koji su zainteresovani za zapošljavanje studenata i diplomaca – objavljuje informacije o slobodnim radnim mestima i drugim korisnim mogućnostima za studente; organizuje prezentacije kompanija i razgovore sa poslodavcima, kao i sajmove poslova.
- Pruža informacije o tržištu rada za diplomce Univerziteta u Beogradu, kao i o postdiplomskim studijama.

Na kraju, želimo da se još jednom zahvalimo **Centru za razvoj karijere Univerziteta u Beogradu** na podršci i pomoći prilikom sastavljanja upitnika i njegovog slanja na veliki broj adresa, zatim svim kompanijama koje su nam izašle u susret i upitnik prosledile svojim zaposlenima, kao i svima koji su odvojili vreme i upitnik popunili i ostavili veliki broj interesantnih i detaljnih komentara, što nam je pomoglo da sagledamo širu sliku.

Posebno želimo da se zahvalimo kompaniji **Strauss Adriatic**, koja nam je pomogla prilikom realizacije ove knjige, kompaniji **Advance Response International** koja je sve vreme aktivno učestvovala u sprovođenju ovog istraživanja i interpretaciji njegovih rezultata, kao i **Mašinskom fakultetu Univerziteta** u Beogradu na pomoći prilikom snimanja promotivnog filma.



advance
international

DONCAFÉ



9. LITERATURA

1. Adkins, A., Rigoni, B. (2016), *What Millennials Want from a New Job*, Harvard Business Review

• Dostupno na:

<https://hbr.org/2016/05/what-millennials-want-from-a-new-job>
(Pristupljeno: 19.07.2016.)

2. Baucal, A., Pavlović Babić, D. (2009), *Razumevanje pročitano – PISA 2003 i PISA 2006*, Ministarstvo prosvete Republike Srbije, Zavod za vrednovanje kvaliteta obrazovanja i vaspitanja, Institut za psihologiju Filozofskog fakulteta Univerziteta u Beogradu

• Dostupno na:

<http://www.pisaserbia.org/images/stories/pdf/Razumevanje%20procitanog.pdf> (Pristupljeno: 19.07.2016.)

3. Deloitte (2016), *The 2016 Millennial Survey – Winning over the next generation of leaders*, Deloitte

• Dostupno na:

<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/global/Documents/About-Deloitte/gx-millennial-survey-2016-exec-summary.pdf> (Pristupljeno: 19.07.2016.)

4. Dorđević, K. (2016), Generacija koja nema budućnost, *Politika*, br. 36759, str. 11-13, Beograd

5. Gilbert, J. (2011), *The Millennials: A new generation of employees, a new set of engagement policies*, Ivey Business Journal

• Dostupno na:

<http://iveybusinessjournal.com/publication/the-millennials-a-new-generation-of-employees-a-new-set-of-engagement-policies/> (Pristupljeno: 19.07.2016.)

6. Jerković, I. i dr. (2011), *Dometi reforme obrazovanja u Srbiji*, XVII Skup TRENDOVI RAZVOJA: “EVROPA 2020: društvo zasnovano na znanju”

• Dostupno na:

http://www.trend.uns.ac.rs/stskup/trend_2011/radovi/A2-2/A2.2-5.pdf
(Pristupljeno: 19.07.2016.)

7. Klass, T., Lindenberger, J. (2016), *Characteristics of Millennials in the Workplace*, Business know-how

• Dostupno na:

<http://www.businessknowhow.com/manage/millennials.htm> (Pristupljeno: 19.07.2016.)

8. Krasulja, N., Radojević, I. (2016), *Odnos prema poslu pripadnika generacija X, Y, Z*, Ekonomski online

• Dostupno na:

<http://www.ekonomski.net/generacija-x-y-z> (Pristupljeno: 19.07.2016.)

9. Ninamedia kliping (2013), *Istraživanje o položaju i potrebama mladih*, Ninamedia kliping

• Dostupno na:

<http://www.mos.gov.rs/mladisuzakon/attachments/article/387/Istrazivanje%20polozaj%20i%20potrebe%20mladih%20-%202013.pdf> (Pristupljeno: 19.07.2016.)

10. Ninamedia research (2015), *Istraživanje o položaju i potrebama mladih u Srbiji II*, Ninamedia research

• Dostupno na:

<http://www.mos.gov.rs/wp-content/uploads/download-manager-files/Istra%C5%BEivanje%20o%20polo%C5%BEaju%20i%20potrebama%20mladih%20u%20Srbiji%20II%20-%20Novembar%202015.pdf?lang=lat> (Pristupljeno: 19.07.2016.)

11. PriceWaterhouseCoopers (2011), *Millennials at work – Reshaping the workplace*, PriceWaterhouseCoopers

• Dostupno na:

<https://www.pwc.com/gx/en/managing-tomorrows-people/future-of-work/assets/reshaping-the-workplace.pdf> (Pristupljeno: 19.07.2016.)

12. PriceWaterhouseCoopers (2016), *How to manage Millennials*, PriceWaterhouseCoopers

• Dostupno na:

<http://www.pwc.com/gx/en/issues/talent/future-of-work/managing-millennials.html> (Pristupljeno: 19.07.2016.)

13. Regan, H. (2014), *What Gen Y Really Wants*, The New Talent Times
Dostupno na: <http://new-talent-times.softwareadvice.com/what-gen-y-really-wants-0414/> (Pristupljeno: 19.07.2016.)

14. Republički zavod za statistiku (2002), *Stanovništvo po polu i starosti*, Republički zavod za statistiku

• Dostupno na:

http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/userFiles/file/Stanovnistvo/ZeneiMus/ZiM_srpski_web.pdf (Pristupljeno: 19.07.2016.)

15. Republički zavod za statistiku (2002), *Struktura stanovništva prema obrazovanju*, Republički zavod za statistiku

• Dostupno na:

<http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/Public/PageView.aspx?pKey=126> (Pristupljeno: 19.07.2016.)

16. Schawbel, D. (2015), *The 4 things millennials want most from employers may surprise you*, Business Insider

• Dostupno na:

<http://www.businessinsider.com/what-millennials-want-most-from-employers-2015-4> (Pristupljeno: 19.07.2016.)

17. Šeligo, B. (2016), *Obilježja različitih generacija*

• Dostupno na:

https://www.google.rs/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKEwjyq7ez8aLOAhUFvxQKHQf1BI4QFggdMAA&url=http%3A%2F%2Fwww.ss-pregrada.skole.hr%2Fupload%2F-ss-pregrada%2Fnewsattach%2F310%2Fobiljezja_razlicitih_generacija.ppt&usg=AFQjCNG6VRKrdy7Fi4GfLtVdY1jgoR16NQ&sig2=-n8a5WuF-66f1fbbQPG-7Q&bvm=bv.128617741,d.bGs (Pristupljeno: 19.07.2016.)

18. Tomanović, S., Stanojević, D. (2015.) *Mladi u Srbiji 2015*, FRIEDRICH EBERT STIFTUNG

• Dostupno na:

<http://library.fes.de/pdf-files/bueros/belgrad/12065.pdf> (Pristupljeno: 19.07.2016.)

19. White, G. B. (2015), *Millennials in Search of a Different Kind of Career*, The Atlantic

• Dostupno na:

<http://www.theatlantic.com/business/archive/2015/06/millennials-job-search-career-boomers/395663/> (Pristupljeno: 19.07.2016.)

10. PRILOG: Upitnik

1. Pol:

- a) Muški
- b) Ženski

2. Godište:

1982 – 1992

3. Trenutni status:

- a) Zaposlen/a
- b) Zaposlen/a – student
- c) Nezaposlen/a
- d) Student

4. Stečeni nivo obrazovanja:

- a) Gimnazija
- b) Srednja škola
- c) Visoka škola
- d) Fakultet – osnovne studije
- e) Fakultet – master studije
- f) Fakultet – doktorske studije

5. U kom gradu ste završili poslednji stepen obrazovanja?

- a) Subotica
- b) Novi Sad
- c) Beograd
- d) Kragujevac
- e) Niš
- f) Neki drugi grad

6. U kom gradu radite?
- a) Subotica
 - b) Novi Sad
 - c) Beograd
 - d) Kragujevac
 - e) Niš
 - f) Neki drugi grad
 - g) Nisam zaposlen/a

7. Da li radite u struci?
- a) Da
 - b) Ne
 - c) Nije primenljivo

Komentar _____

8. Da li biste se preselili iz većeg u manji grad zbog posla?
- a) Da
 - b) Zavisi od uslova
 - c) Ne

Komentar _____

9. U kojoj meri je prema vašem mišljenju znanje koje ste stekli kroz formalno obrazovanje primenljivo u praksi?
- a) U potpunosti
 - b) Delimično
 - c) Nedovoljno
 - d) Ni malo

Komentar _____

10. U kojoj meri vam vaše dosadašnje formalno obrazovanje pruža mogućnost da izgradite željenu karijeru?

- a) U potpunosti
- b) Delimično
- c) Nedovoljno
- d) Ni malo

Komentar _____

11. Na koji način mislite da bi najadekvatnije proširili / usavršili svoja znanja?

- a) Rad u multinacionalnim / projektnim timovima u zemlji
- b) Rad u multifunkcionalnim / projektnim timovima u inostranstvu
- c) Obuke i seminari
- d) Obuke i seminari u inostranstvu / sa stranim predavačima
- e) Rad sa mentorom u organizaciji
- f) Dodatno formalno obrazovanje (postdipolomske studije, specijalistički kursevi)
- g) Nije primenljivo

12. Šta su po vama veštine koje svaki zaposleni treba da poseduje?

- a) Odlučnost
- b) Taktičnost
- c) Principijenost
- d) Doslednost
- e) Iskrenost
- f) Disciplina
- g) Kreativnost
- h) Vizionarstvo
- i) Stručnost
- j) Organizacione sposobnosti
- k) Prilagodljivost
- l) Veštine građenja međuljudskih odnosa
- m) Veštine prezentovanja i javnog nastupa
- n) Nešto drugo _____

13. U kojoj meri su vam sledeće karakteristike posla važne (ocenite ocenom od 1 do 5 (1 – ni malo važno, 5 – izuzetno važno)):

- a) Brzo napredovanje
- b) Razmišljanje i lični pečat
- c) Pomaganje ljudima
- d) Stalno razvijanje i usavršavanje
- e) Stabilnost i posao bez stresa
- f) Rad u timu
- g) Jednostavnost i lakoća u obavljanju posla
- h) Kreativnost i dinamičnost

14. Da li biste radije bili istraživač / inovator ili lider?

- a) Istraživač / inovator
- b) Lider

Komentar _____

15. Da li biste više voleli da imate mali tim sa limitiranim budžetom i punom autonomijom ili veliki tim, dobar budžet, ali složeniji proces odlučivanja?

- a) Mali tim sa limitiranim budžetom i punom autonomijom
- b) Veliki tim, dobar budžet, ali složeniji proces odlučivanja

Komentar _____

16. Da li mislite da postoje nerešive poslovne situacije?

- a) Da
- b) Ne
- c) Nemam stav

Molimo vas da navedete primer _____

17. Da možete da li bi:

- a) Pokrenuli svoj biznis
- b) Radili u jakoj domaćoj kompaniji
- c) Radili u multinacionalnoj kompaniji
- d) Otišli da živite i radite u inostranstvo
- e) Otišli na usavršavanje u inostranstvo, a zatim tamo nastavili karijeru
- f) Otišli na usavršavanje u inostranstvo, a zatim se vratili u Srbiju

Komentar _____

18. Šta vam je najvažnije kod (budućeg) poslodavca (ocenite ocenom od 1 do 5 (1 – nimalo važno, 5 izuzetno važno))?

- a) Dobra zarada
- b) Lični razvoj
- c) Brzo napredovanje
- d) Mogućnost rada u inostranstvu
- e) Etičnost
- f) Jasno definisana korporativna kultura
- g) Sloboda u razmišljanju
- h) Sloboda u odlučivanju u domenu mojih odgovornosti
- i) Fleksibilno radno vreme

Komentar _____

19. Da li biste više voleli da radite u poznatoj multinacionalnoj kompaniji ili u maloj domaćoj firmi koju biste mogli da razvijate?

- a) U multinacionalnoj kompaniji
- b) U domaćoj kompaniji

Komentar _____

20. Kako zamišljate sebe za 10-15 godina?
- a) Kao priznatog stručnjaka u svojoj oblasti
 - b) Kao direktora velike kompanije
 - c) Kao vlasnika sopstvene kompanije
 - d) Na visokoj funkciji u javnom sektoru
 - e) Kao medijski poznatu ličnost
 - f) Nešto drugo _____
21. Šta vas najviše brine kada je u pitanju vaša profesionalna budućnost?
- a) Da li ću moći da nađem / zadržim posao koji želim
 - b) Da li ću na poslu biti adekvatno nagrađen za svoj trud
 - c) Da li ću se uklopiti u postojeći tim
 - d) Da li ću moći da se razvijam u svojoj struci
 - e) Da li ću umeti da donosim ispravne odluke
 - f) Da li će mi posao brzo dosaditi
 - g) Da li ću brzo napredovati
 - h) Nešto drugo _____
22. Koja industrija vam se čini najperspektivnijom u Srbiji u narednih 10 godina?
- a) IT
 - b) Agrar
 - c) Telekomunikacije
 - d) Saobraćaj
 - e) Mediji
 - f) Finansije
 - g) Proizvodnja
 - h) Nešto drugo _____
23. Kakvo je za vas idealno mesto za rad?
- a) Rad od kuće
 - b) Tradicionalna kancelarija
 - c) Kancelarija gde svako ima pristup (*open space*)
 - d) *Virtual office* (bilo gde gde postoji kompjuter, internet konakcija i telefon)

Komentar _____

24. Sfera u kojoj nalazite svoje uzore:

- a) Sport
- b) Estrada
- c) Politika
- d) Nauka
- e) Biznis
- f) Umetnost
- g) Istorija

Vaš uzor je _____

25. Koje servise na internetu najčešće koristite da se informišete?

- a) *Facebook*
- b) *Twitter*
- c) *Pinterest*
- d) *On line news*
- e) *YouTube*
- f) *Instagram*
- g) *Reddit*
- h) *Tumblr*
- i) *LinkedIn*
- j) Nešto drugo _____

26. Kako najčešće komunicirate sa kolegama / prijateljima?

- a) *SMS*
- b) *Whats app / Viber*
- c) *Facebook*
- d) *Twitter*
- e) Razgovor preko mobilnog telefona
- f) Susret uživo
- g) *E-mail*
- h) *LinkedIn*
- i) *Instagram*
- j) Nešto drugo _____

AUTORI:

Stanton Chase International:

Jelisaveta Đurković
Jovana Lučanin
Maja Manojlović Anđelković
Tijana Mihaljica
Jasmina Stefanović
Miloš Tucaković

Advance Response International:

Dušan Jovanović
Sara Kovačević
Marina Petruševski

CIP - Каталогизација у публикацији
Народна библиотека Србије, Београд

37.048.4-057.87(497.11)(083.41)
331.548-057.87(497.11)(083.41)

MILENIJUMCI se pitaju / [Jelisaveta
Đurković ... [et al.]. - Beograd : Stanton Chase
International, 2016 (Beograd : New Assist). - 87
str. : ilustr. ; 25 cm

Tiraž 500. - Bibliografija: str. 77-79.

ISBN 978-86-920451-0-3

1. Ђурковић, Јелисавета, 1989- [аутор]
а) Професионална оријентација - Студенти -
Србија - Статистика

COBISS.SR-ID 226617356

